

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Кемеровский государственный университет» (КемГУ)

**Региональное развитие: экономика и социум.
Взгляд молодых исследователей**

Материалы симпозиума в рамках
XIX (LI) Международной научной конференции
студентов, аспирантов и молодых учёных
«Образование, наука, инновации: вклад молодых
исследователей»

Выпуск 25

Кемерово
2024

УДК 332.1(063)
ББК У9 (2Рос0/9)я431
Р 32

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Кемеровского государственного университета

Редакционная коллегия:

Просеков А.Ю. – д.т.н., член-корреспондент РАН, ректор КемГУ, председатель;
Жидкова Е.А. – д.э.н., доцент, проректор по научно-инновационной работе
КемГУ, заместитель председателя;
Боровикова А.П. – к.ф.-м.н., начальник научно-инновационного управления;
Корчагина И.В. – к.э.н., директор Института экономики и управления КемГУ;
Поддубиков В.В. – к.и.н., начальник управления стратегического развития
КемГУ.

Р 32 Региональное развитие: экономика и социум. Взгляд молодых исследователей: материалы симпозиума в рамках XIX (LI) Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей» [Электронный ресурс] / науч. ред. А. В. Логинова; ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет». – Электрон.дан. (объем 6,75 Мб). – Кемерово: КемГУ, 2024. – Вып. 25. – 1 электрон. опт.диск (CD-ROM); 12 см. – Систем. требования: IntelPentium (или аналогичный процессор других производителей), 1,2 ГГц; 512 Мб оперативной памяти; видеокарта SVGA, 1280x1024 HighColor (32 bit); 10 Мб свободного дискового пространства; операц. система WindowsXP и выше; AdobeReader. – Загл. с экрана.

ISBN 978-5-8353-3141-3

В сборнике представлены труды студентов, аспирантов и молодых учёных по результатам научно-исследовательских работ.

Работы посвящены актуальным вопросам в области экономики.

Материалы сборника представляют интерес для научных и научно-технических работников, преподавателей, аспирантов, студентов вузов, а также учащихся средних учебных заведений.

ISBN 978-5-8353-3141-3

УДК 332.1(063)
ББК У9 (2Рос0/9)я431

© Авторы научных статей, 2024

© ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», 2024

Текстовое электронное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: IntelPentium (или аналогичный процессор других производителей), 1,2 ГГц; ОЗУ 512 Мб; 10 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280x1024 HighColor (32 bit); привод CD-ROM.

Операционная система: WindowsXP и выше.

Программное обеспечение: AdobeReader.

© Авторы научных статей, 2024

© ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

СЕКЦИЯ 1 ESG-ТРАНСФОРМАЦИЯ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ И КОРПОРАТИВНЫЙ УРОВЕНЬ

<i>Бахирева А.А., Овчинников Евг.С., Овчинников Ег.С.</i> Некоторые теоретические аспекты планирования розничного товарооборота в рамках ESG-трансформации	14
<i>Бражникова В.А., Новикова П.М.</i> Анализ проблем экологической ситуации в РФ	17
<i>Будков Д.В.</i> Влияние суверенизации российской экономики на реализацию корпоративных ESG-стратегий	20
<i>Вершинин Л.С., Семенихин Н.Д.</i> Влияние ESG-трансформации на управление денежными потоками компании на примере ПАО «Северсталь»	24
<i>Волкова Т.В.</i> Экономика климата: механизмы и инструменты адаптации	27
<i>Газенаур А.В.</i> ESG-трансформация туризма Кемеровской области: перспективные направления	34
<i>Ильченко П.В., Гулькова Д.В.</i> Ноосферный взгляд на управление промышленными городами	36
<i>Комкова З.С.</i> Влияние добычи криптовалют на состояние окружающей среды	39
<i>Литвинко Д.К.</i> ESG-трансформация промышленного предприятия как элемент поддержания его экономической безопасности	42
<i>Лукьянова А.Д., Тынянкина Е.С.</i> Инновационные проекты X5 GROUP	44
<i>Манохин И.С.</i> Анализ влияния роста доходов населения на увеличение жилищного фонда в регионах Приволжского федерального округа	50
<i>Мануйлова С.А.</i> Внешние ограничения как возможности для производителей автомобилей	53
<i>Нестерук В.А.</i> Внедрение ESG-принципов в деятельность физкультурно-спортивных организаций	56
<i>Сосновская А.С.</i> Цели устойчивого развития в региональных стратегиях	59
<i>Чумакова Д.Д.</i> Динамика устойчивости регионального развития	61

СЕКЦИЯ 2 АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПУБЛИЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ

<i>Елескин Г.М.</i> Сравнительный анализ путей экономического развития стран Запада и Востока	65
<i>Исаев Н.В.</i> Актуальные проблемы публичного управления и их решения	68
<i>Карев И.А.</i> Наукастинг как инструмент прогнозирования макроэкономических показателей	70
<i>Карнаухова Д.В.</i> Проблемы цифровой трансформации социальной сферы в России	73
<i>Комиссарова Е. М., Колядина А.В.</i> Контрафакты и контрабанда алкогольной продукции и способы их обнаружения	76
<i>Концевая А.А.</i> Социальная политика Российской Федерации в преодолении демографического кризиса	79
<i>Макарова А.Ю.</i> Новые инвестиционные возможности города (на примере г. Ленинск–Кузнецкий)	82
<i>Мартыненко М.С.</i> Коррупция в таможенных органах: актуальные проблемы и способы их решения	84
<i>Мортаева П.А.</i> Возможности использования искусственного интеллекта в системе государственного управления	88
<i>Нарзуллаев Ш.Э.</i> Инновационные способы управления бизнес-инкубатором	91
<i>Нахаев Н.И., Сагунова Е.В.</i> Актуальность действующей Стратегии социально-экономического развития города Кемерово до 2035 года	94
<i>Некрасова Д.В.</i> Роль третьего сектора экономики в проблемах публичного управления Кемеровской области	98
<i>Раков А.Ю.</i> Эффективность создания экосистемы коммерческого банка	101
<i>Санеева Д.А.</i> Проблемы оценки эффективности и результативности государственной программы «Развитие туризма» и пути их решения	104
<i>Стряпунина К.А.</i> Подходы к привлечению молодых специалистов к работе в общеобразовательных организациях	107
<i>Шаронина С.Д.</i> Международные индексы как способ оценки качества государственного управления	112

СЕКЦИЯ 3 АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

<i>Абдуллаева Т.З.</i> Влияние маркетплейсов на экономическую безопасность субъектов малого бизнеса сферы торговли	115
<i>Анненкова Е.А., Сайганова В.М.</i> Финансовые мошенничества как угроза экономической безопасности банковской системы	118
<i>Антонов А.К.</i> Роль налоговой составляющей в обеспечении национальной экономической безопасности	121
<i>Антонова Я.С., Гурина Р.М.</i> Противодействие коррупции как фактор обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь	124
<i>Барбашова С.Е.</i> Роль банковского сектора в обеспечении экономической безопасности региона	126
<i>Бобриков К.Ю.</i> Особенности олигополий на цифровых рынках	128
<i>Бороноева С.А., Хнкоян Р.А.</i> Возможности использования искусственного интеллекта при проверке контрагентов	131
<i>Владимирова В.А., Минейкис П.С.</i> Роль России в современной мировой экономике и экономическая безопасность страны	135
<i>Голубцова А.В.</i> Факторы формирования и развития теории поиска ренты в контексте экономической безопасности	137
<i>Гордиенко Е.С., Леднева К.Е.</i> Анализ инвестиционных рисков в инновационном предпринимательстве: методы оценки и снижения	140
<i>Жданова А.Г.</i> Финансовые аспекты экономической безопасности Кемеровской области .	144
<i>Зенкович Д.В.</i> Государственные закупки как эффективный инструмент обеспечения безопасности и развития экономики региона	147
<i>Зотов Н.В., Ксенофонтова О.В.</i> Предпринимательские (управленческие) риски строительной организации (на примере ООО «СК Анисс»)	150
<i>Ковинько А.С.</i> Экономические механизмы импортозамещения в современных геоэкономических и технологических условиях	153
<i>Кокорюлина Я.С., Соловьева Е.Ю.</i> Мошенничество как угроза экономической безопасности банка и способы его предотвращения	155
<i>Кондакова Д.В.</i> Инвестиции и их роль в экономике	158

<i>Куделя Л.В.</i> Сравнительная характеристика оперативной модели управления Западной Азии и оперативных моделей HR организаций	161
<i>Кудрина Е.А.</i> Применение таможенных пошлин и налогов в свободной таможенной зоне	165
<i>Лазуткина А.И.</i> Влияние использования основных фондов на выручку в ООО «Топкинский цемент»	170
<i>Лебедева К.О.</i> Теоретические основы промышленной политики предприятия	173
<i>Леванова В.П.</i> Роль таможенных органов РФ в борьбе с оборотом контрафактной продукции	176
<i>Лисовский Р.С., Осипова М.Ю.</i> Использование машинного обучения для обеспечения безопасности платежной банковской системы	179
<i>Ломан К.Ю.</i> Место и роль государства в формировании и регулировании потребностных отношений общества	183
<i>Мальков К.А.</i> «Человеческий капитал»: понятие и роль в современной экономике	185
<i>Мокренко С.В.</i> Влияние ликвидности баланса и платежеспособности АО «Распадская-коксовая» на оценку его надежности на рынке	188
<i>Морозова К.А.</i> Адаптация банковского сектора РФ к санкциям	191
<i>Посвенчук А.А.</i> Культурные факторы, способствующие и препятствующие промышленной модернизации	194
<i>Рафалович Я.А.</i> Торгово-экономическое взаимодействие Беларуси с Азией	197
<i>Ращук Е.С.</i> ИИ в образовании: плюсы и минусы	200
<i>Рожнева В.В.</i> Перспективы цифрового рубля в России	203
<i>Сердеров В.К., Ханбабаев Т.Г.</i> Организация селекции картофеля в обеспечении продовольственной безопасности Дагестана	205
<i>Стасенкова А.Т.</i> Инновационное управления человеческим капиталом как фактор обеспечения экономической безопасности	208
<i>Стецурина И.А.</i> Диагностика риска банкротства ЗАО «Кузбасский пищекомбинат» как индикатора экономической безопасности региона	210
<i>Тишкина А.В.</i> Роль таможенно-тарифного регулирования в формировании государственного бюджета	213
<i>Украинцева И.В.</i> Преимущества развития органического животноводства	215

<i>Хнюжан Р.А.</i> Влияние государственного долга на обеспечение экономической безопасности РФ	218
<i>Шейдеман К.О.</i> Механизм и инструменты обеспечения экономической безопасности энергетических предприятий	221
<i>Шипицына И.А.</i> Верификация моделей оценки потенциального банкротства на российском рынке	224
<i>Шумкин Е.М.</i> Культура антикризисного управления	226
<i>Ягодкина В.А.</i> Анализ занятости и безработицы в Ставропольском крае как факторов экономической безопасности страны	228

СЕКЦИЯ 4

СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

<i>Абрагимова Д.В.</i> Влияние цифровизации на оценку кадровых рисков	231
<i>Антонова Е.Ю.</i> Достойный труд: понятие и измерение	234
<i>Бажуткина А.О.</i> Время студентов: использование и управление	238
<i>Бердникова А.А.</i> Профессионально-образовательные и миграционные планы студентов ..	240
<i>Беспаликов В.В.</i> Научно-технический прогресс как фактор изменения ценностей работников	243
<i>Вахрушева Е.К., Зулина М.В.</i> Готовность студентов к открытию собственного бизнеса ..	246
<i>Горбатенко К.П.</i> Методы преодоления сопротивления изменениям в организации в рамках обеспечения экономической безопасности	248
<i>Горячев А.Е., Ландышева А.Е.</i> Структурный анализ развития экономики в условиях развития современного менеджмента на потребительском рынке регионов	250
<i>Грибанов А.В.</i> Влияние стиля управления коллективом на результаты его труда	254
<i>Депутатова А.В.</i> Цифровизация: новые вызовы и возможности для управления представителями разных поколений в компании	257
<i>Загреба С.А., Якимова Л.Д.</i> Планирование трудовых ресурсов проекта	262
<i>Заика А.К., Кашаева А.М.</i> Управление человеческими ресурсами в условиях современной нестабильности: стратегии и практики	265
<i>Кальмуцкий В.О.</i> Управление конкурентной карьерой на примере судей футзала	268

<i>Клёмина А.П.</i> Особенности отношения представителей «поколения Z» к тайм-менеджменту	270
<i>Кондратьева А.А.</i> Новые формы развития бизнеса в условиях внешнеэкономических ограничений	274
<i>Кононова К.П.</i> Информационные технологии в управлении персоналом	276
<i>Корсун Ж.А.</i> Логистическая интеграция компаний PepsiCo и Эником	279
<i>Круговых Д.А.</i> Новые вызовы в найме персонала: риски и возможности для современных организаций	282
<i>Курята П.А.</i> Управление инвестициями в стратегии финансового менеджмента	285
<i>Малютина А.А., Малышко Р.А.</i> Дефицит квалифицированных кадров в Кузбассе	288
<i>Мирошниченко В.Р.</i> Современный менеджмент как фактор повышения эффективности организации	291
<i>Михайлов В.С.</i> О естественности искусственного интеллекта в современном менеджменте	294
<i>Морозов Д.И.</i> Влияние инвестиционных решений на отечественные предприятия в условиях санкций	296
<i>Напалков Н.И.</i> Проект создания детейлинг-центра	299
<i>Неверова К.Н.</i> Внедрение цифровых технологий в бизнес-процессы	303
<i>Николаев А.И.</i> Гендерное неравенство в современном менеджменте: фокус внимания студентов	306
<i>Новикова С.А.</i> Первокурсники и их время: по результатам социологического исследования	309
<i>Пляко П.А.</i> Совершенствование оценки рабочих кадров как условие повышения эффективности деятельности организации	313
<i>Савина Е.Д.</i> Современное состояние и перспективы развития предприятий пищевой промышленности, функционирующих в отрасли по переработке и консервированию фруктов и орехов	316
<i>Секачева Т.В., Пашаева С.П.</i> Особенности инновационного менеджмента малых российских предприятий	319
<i>Смирнягина Е.С.</i> VI-системы в современном менеджменте	323
<i>Солодуха Д.В.</i> Оптимизация и реинжиниринг: стратегические подходы к	

совершенствованию бизнес-процессов	325
<i>Сорокина А.П., Ларионов А.А., Комарова В.Г.</i> Влияние иностранных культур на российские крупные приграничные города: внедрение элементов зарубежного опыта корпоративной культуры в практику российских организаций	327
<i>Тарасенко А.Ю.</i> Интенсификация потребления на примере рынка электроники	329
<i>Тараторкин В.В., Кирилюк С.Е.</i> Развитие стратегий управления человеческими ресурсами в условиях цифровизации	331
<i>Ушалова Д.И.</i> Динамика развития отраслей как фактор выбора места работы выпускника вуза	334
<i>Хапова Н.С.</i> Эффективное планирование карьеры менеджера	338
<i>Хохлов С.П.</i> Тенденции цифровизации российских компаний	341
<i>Шумилов А.В.</i> Структура чувства как источник эмоционального менеджмента персонала в условиях цифровизации	344

СЕКЦИЯ 5 МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

<i>Баранов А.П.</i> Маркетинговый подход к поиску и привлечению сотрудников в администрацию города Кемерово	348
<i>Борисевич Я.Н.</i> Роль цифровых технологий в современном продуктовом маркетинге: тренды и перспективы	350
<i>Галущенко Д.О.</i> Маркетинговое исследование конкурентной среды	354
<i>Грибанова В.В., Пустовит А.А.</i> Трансформация маркетинга в условиях цифровизации .	357
<i>Григорьева Д.В.</i> Маркетплейсы в России	359
<i>Деркач А.А.</i> Представления студентов об имидже бренда банковских организаций	362
<i>Жабарова Е.А.</i> К вопросу о строение стратегии современного маркетинга	365
<i>Жидкова М.Н.</i> Создание успешного бренда как способ неценовой конкуренции	368
<i>Жуковский А.Д.</i> Экономический рост неурбанизированных территорий Дальнего Востока: территориальный маркетинг	371
<i>Зданович П.М.</i> Международный маркетинг и локализация: тренды	373
<i>Зимакина П.Д.</i> Пушкин и его творчество в современных брэндинге и рекламе	376

<i>Клячкин Ф.Д., Стратович Е.Д.</i> Маркетинговый подход к поиску и привлечению сотрудников в ГУФССП	378
<i>Кулагина К.С.</i> Самомаркетинг для достижения успеха в профессиональной деятельности	381
<i>Ларицкая В.М.</i> SWOT-анализ в совершенствовании сбытовой политики предприятия ...	384
<i>Мазур Д.С.</i> Интеграция концепции SHIVA в современный маркетинг	386
<i>Миронова Е.И.</i> Анализ рынка: как использовать результаты в формировании бизнес-плана	389
<i>Найденов Н.Д., Горбунова Ю.Н., Морозов М.Э. Яборова А.О.</i> Анкетирование покупателей аптек по вопросу предпочтений лекарственных средств в зависимости от доходов	392
<i>Пархимович С.С.</i> Влияние искусственного интеллекта на привлечение и удержание клиентов через веб-сайт: тренды и перспективы развития	395
<i>Писаренко А.А.</i> Современные тренды в маркетинге	398
<i>Романова Д.А.</i> Исследование некоммерческого сектора «индустрии» развития soft-skills для школьников и студентов	401
<i>Сямонова Д.А.</i> Влияние социальных сетей на коммуникативные навыки подростков	404
<i>Толковцева А.Д.</i> Влияние рекламы на выбор интернет-курсов	407
<i>Хорькова В.М.</i> Цифровой маркетинг и перспективы его развития	409
<i>Черникова А.В.</i> Основные тенденции развития маркетинга в современных условиях	412
<i>Юрченко Н.А.</i> Товар как социальный конструкт	415
<i>Яшкова Ю.В.</i> Сегментация рынка и её актуальность сегодня	417

**СПЕЦИАЛЬНАЯ СЕКЦИЯ
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОЙ
СИСТЕМЫ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ И
ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

<i>Агафонов И.С.</i> Проектная деятельность библиотечно-информационных учреждений (на примере концепции проекта литературно-выставочного комплекса «Дом Лятушевича» в структуре Национальной библиотеки Удмуртской Республики	421
<i>Вепренцева А.Е.</i> О возможностях искусственного интеллекта в условиях	

персонализации образования	425
Воскобойник Д.Е., Нахаев Н.И. Молодежная благотворительность: забота о бездомных животных в России	428
Гафурова З.Б. Основные модели взаимодействия государства и бизнеса	430
Голова В.Д. Финансовое положение ИТ-отрасли в экономике России на современном этапе	433
Коростина Е.С. Налогообложение наследования и дарения в России	436
Латынина Ю.В. Роль предпринимательства в экономическом и социальном развитии общества	438
Леухов М.К. Проблемы и перспективы развития технологического предпринимательства в Кемеровской области – Кузбассе как ресурсном регионе	441
Сосновская А.С. Нефинансовая отчетность как тренд национальной политики	445
Су Фэйюе Стратегическое формирование и проблемы циркулярной экономики в отрасли черной металлургии Китая: теоретический и практический анализ	447
Тубольцева С.А. Источники финансирования предпринимательских инициатив	450

СЕКЦИЯ 1 ESG-ТРАНСФОРМАЦИЯ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ И КОРПОРАТИВНЫЙ УРОВЕНЬ

УДК 338.27

НЕКОТОРЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА В РАМКАХ ESG-ТРАНСФОРМАЦИИ

Бахирева А.А., Овчинников Евг.С., Овчинников Ег.С.

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет», Рубцовский институт (филиал)
isakova@rb.asu.ru, d1213oes@rb.asu.ru

***Аннотация.** Направленность организаций торговли на ESG-цели находит отражение, в том числе, и в методике планирования розничного товарооборота. Авторами разработана модель дифференциации розничного товарооборота, предполагающая первичную классификацию товарооборота по признаку уровня удовлетворения потребительского спроса со стороны торговой организации, вторичную – по признаку эластичности спроса на товары по доходу, что позволяет, в частности, осуществлять дифференцированное ценообразование, более полно удовлетворять спрос различных социальных групп, т.е. обоснованно реализовывать социальную составляющую ESG. Кроме того, по выделенным макрогруппам товарооборота предложен инструментарий его планирования.*

***Ключевые слова:** товарооборот, спрос, эластичность, планирование, макрогруппа.*

Торговля как вид экономической деятельности является чрезвычайно распространенным видом предпринимательства: более четверти субъектов экономики в 2023 году зарегистрировали данный вид деятельности в качестве основного. Важность организаций сферы обращения для экономики государства обусловлена рядом аспектов:

- торговля обеспечивает существенную долю рабочих мест в экономике;
- по итогам 2020-2022 гг. торговые предприятия имеют положительный сальдированный финансовый результат несмотря на снижение количества предприятий в секторе, что свидетельствует об эффективности принимаемых руководством управленческих решений;
- сфера обращения является бюджетообразующей, т.к. около 10% от общей суммы налогов и сборов поступают в бюджеты различных уровней именно от предприятий торговли;
- торговая деятельность занимает одну из лидирующих позиций по вкладу в ВВП.

Экономическая сущность торговой деятельности состоит в том, что на стадии обращения предприятие-производитель возмещает затраты, связанные с выпуском продукции, работ, услуг, это, в свою очередь, дает возможность определения финансового результата (как цели предпринимательской деятельности) и осуществления расширенного воспроизводства. Требуется уточнение содержания дефиниции «розничный товарооборот». Представим ключевые аспекты в определении сущности понятия «розничный товарооборот», использованные различными авторами:

1. Процесс производства с точки зрения экономической теории и его стадии (Новаков А.А., Лебеденко Е.А.) [2, 3];
2. Роль стадии обращения с точки зрения формирования положительного денежного потока предприятия (Марцин В.С., Григорян Р.А.) [5];
3. Юридическая оценка акта купли-продажи (Шабуня О.Н., Памбухчянц О.В., Лапаева О.Ф.) [1];

4. Статистический показатель, абсолютная величина (Гринив Б.В., Фастовец А.А., Кравченко Е.С., Коркачева О.В., Брезе О.Э., Шиврина Т.Б., Наговицына Э.В., Жукова Ю.С.) [2];

5. Организация и ведение розничной торговли (Депутатова Е.Ю., Грекул В.И., Баранцева С.М., Овсянникова В.В., Тюленева Т.А.) [4].

Таким образом, розничный товарооборот можно определить как абсолютный показатель, характеризующий стоимость реализованных индивидуальным и коллективным потребителям товаров, для удовлетворения (конечного потребления) их нужд, изменивших при этом форму собственности, формирующих положительный денежный поток торговой организации при непосредственном взаимодействии продавца и покупателя [2]. В основу рассуждений положена модель планирования товарооборота, основанная на сбалансированности спроса и товарного предложения [2]:

$$I_{т.о.} > I_{р.т.} > I_{п.т.з.} > I_{Q_d} \quad (1)$$

$I_{т.о.}$ - индекс товарного обеспечения торговой точки по количеству и ассортименту в соответствии с потребностями потребителей;

$I_{р.т.}$ - индекс розничного товарооборота;

$I_{п.т.з.}$ - индекс плановых товарных запасов;

I_{Q_d} - индекс величины спроса.

Очевидно, что выполнение данного соотношения обеспечит не только достаточный размер прибыли от основной деятельности, но и его «качество» финансового результата по торговой организации в целом. С другой стороны, позволит удовлетворить потребности домохозяйств и фирм в товарах. Поэтому в качестве критериев планового процесса будем рассматривать способность организации торговли удовлетворить спрос потребителей в условиях высокой неопределенности экономической среды и возможность потребителей поддерживать достаточный уровень платежеспособности.

В практике приоритетным является целевой подход, при этом реальность планового показателя розничного товарооборота в соответствии с выбранными выше критериями авторы предлагают дополнить прогнозом величины платежеспособного спроса (отражает коэффициент эластичности спроса по доходу) и выполнения плана поставок товаров (что осложняется крайней неопределенностью экономической ситуации, потерей части поставщиков, необходимостью формирования новых кооперационных связей; непосредственно влияет на уровень удовлетворения потребительского спроса). Учет текущей экономической ситуации диктует необходимость классификации товаров для целей планирования на шесть макрогрупп, для которых используется специфический плановый инструментарий (таблица 1, таблица 2).

Таблица 1 – Дифференциация розничного товарооборота на макрогруппы*

Первичная признак – уровень удовлетворения спроса	Вторичный признак – эластичность спроса по доходу
1. Товары, полностью удовлетворяющие спрос (группа А);	1. Товары, характеризующиеся эластичным спросом по доходу потребителей (группа Х);
2. Товары, лимитированно (ограниченно) удовлетворяющие спрос (группа В);	2. Товары, характеризующиеся неэластичным спросом по доходу потребителей (группа Y).
3. Товары, спрос на которые не удовлетворен на момент формирования плана (группа С).	3. Товары с единичной эластичностью (группа Z).

* Составлено авторами

Таблица 2 – Возможный инструментарий планирования величины розничного товарооборота в разрезе макрогрупп*

	X	Y	Z
А	Большая доля в структуре товарооборота. Плановый объем продаж определяется путем умножения фактического уровня товарооборота на одного покупателя на прогнозную численность потребителей данной группы товаров.		
	Применяется коэффициент эластичности товарооборота по доходу. Планируется расширение ассортимента путем добавления премиальных и дешевых позиций. План надежен, т.к. спрос удовлетворяется полностью, потребление стабильно.	Матем. методы, коррел.-регресс. анализ. Возможно повышение цен по товарам данной категории. Степень надежности плана средняя, т.к. потребление нестабильно несмотря на нелимитированное удовлетворение спроса.	Матем. методы, коррел.-регресс. анализ. Не рекомендуется повышение цен. Степень надежности плана низкая, т.к. потребление характеризуется как стохастическое при нелимитированном удовлетворении спроса.
В	Обосновывается управленческое решение о ремитировании необеспеченного спроса посредством его перевода на товары-субституты. Т.к. ремитирование осуществляется постепенно, то следует планировать убытки от ограниченного обеспечения спроса.		
	Обосновываются управленческие решения о сокращении ассортимента, выводе данных товаров из номенклатуры, и /или о расфасовке товаров в индивидуальную упаковку, и/или возможности сокращения объема товара в небольшой таре.	Рост цен.	Рост цен.
С	Восстановление товарного ассортимента путем перехода на индивидуальные заказы, производство продукции под собственным брендом.		

*Составлено авторами

Представленные в статье теоретические разработки нуждаются в апробации на практическом материале действующих розничных организаций, чему будут посвящены последующие публикации.

Литература и источники

1. Абрамов, А. А. Организация логистической цепи товародвижения на предприятии розничной и оптовой торговли / А. А. Абрамов, Б. А. Мамаева // Транспорт: наука, образование, производство : сборник научных трудов, Ростов-на-Дону, 23–26 апреля 2019 года. Том 2. – Ростов-на-Дону: Ростовский государственный университет путей сообщения, 2019. – С. 16-19.
2. Бахирева, А.А. Совершенствование методики планирования розничного товарооборота: теоретические аспекты / А. А. Бахирева, А.В. Овсянникова, Е. Г. Ворожит, А. С. Выскребенцева // ЦИТИСЭ. – 2024. – № 2. – С. 7-16.

3. Гончарова, А. И. Система сбалансированных показателей как инструмент контроллинга товарных запасов на предприятиях отрасли розничной торговли / А. И. Гончарова, И. А. Зуева // Новая экономика России: от адаптации к росту : Материалы всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием, Москва, 30 ноября 2023 года. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2023. – С. 578-585. – EDN YSQAGC.

4. Горлачев, П. В. Анализ и оценка предпринимательской деятельности на региональном рынке розничной торговли / П. В. Горлачев, В. Ю. Павловская, А. И. Макаренко // Экономика устойчивого развития. – 2019. – № 3(39). – С. 97-101.

5. Фунтикова, Е. С. Роль контроллинга в торговой сети / Е. С. Фунтикова // Стратегии развития предпринимательства в современных условиях : Сборник научных трудов II международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 25–26 января 2018 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2018. – С. 89-91.

УДК 504.75

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В РФ

Бражникова В.А., Новикова П.М.

Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых
vlrbrzhnkv@gmail.com, polina33_novikova_16@mail.ru

***Аннотация.** Загрязнение окружающей среды стало наиболее актуальной проблематикой для всего мира. В связи с этим обсуждение данной проблемы происходит не только на международном уровне, но и на глобальном. Около 15% территории РФ задействованы для размещения основных производственных секторов экономики (тяжелая промышленность, нефтеперерабатывающие отрасли и т.д.). В связи с этим экологическая ситуация в России достигла кризисных показателей для комфортной жизнедеятельности граждан в стране. На сегодняшний день решение проблемы загрязненности биосферы РФ выходит на приоритетный уровень.*

***Ключевые слова:** экология, окружающая среда, загрязнение, промышленное загрязнение.*

Экология представляет собой научный раздел биологии, объединяющий в себе особенности взаимодействия живых организмов между собой, а также их связи с окружающей средой. Её изучению подвергаются не только прямые, но и косвенные факторы, влияющие на состояние всех представителей жизни на Земле [1].

Целостное состояние окружающей среды складывается из двух компонентов, а именно:

1. Экологическая обстановка (характерное состояние биосферы определенной территории, зависящее от конечного результата взаимодействия природы и деятельности человека);
2. Экологическая ситуация (комбинация различных конъюнктур, способствующих созданию экологических обстановок разноплановых категорий опасности на конкретной территории).

Принято выделять две основные причины загрязнения окружающей среды [2]:

1. Естественного происхождения – отрицательные эффекты, вред которых природа способна минимизировать без вмешательства человека (например, вулканические извержения, песчаные бури и т.д.);

2. Антропогенного происхождения – негативное влияние человеческой деятельности на живую природу (например, массовая вырубка лесов, промотходы и газы и т.д.). НТП человечества во многом усугубляют экологическую ситуацию во всем мире.

Важно отметить, что любая деятельность человека способна увеличить степень загрязненности биосферы. Вышеперечисленные последствия приводят не только к глобальным экологическим катастрофам, но также наносят вред жизни и здоровью всего человечества.

По территориальному охвату экологическое загрязнение подразделяется на три уровня:

1. Экологическое загрязнение глобального уровня;
2. Экологическое загрязнение регионального уровня;
3. Экологическое загрязнение локального уровня.

Рассмотрим состояние окружающей среды на территории Российской Федерации (таблица 1, рисунки 1-3).

Таблица 1 – Состояние окружающей среды на территории Российской Федерации в 2018-2022 гг.

	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Расходы на охрану окружающей среды, млн. руб.	345 464	374 411	393 691	425 021	478 914
Число случаев высокого загрязнения воздуха, шт.	90	64	331	423	209
Количество водных объектов с высоким уровнем загрязненности воды, шт.	481	560	643	525	531
Отходы производства и потребления, тыс. тонн	7 266 054	7 750 877	6 955 717	8 448 643	9 017 265

Источники: [3], [4], [5]

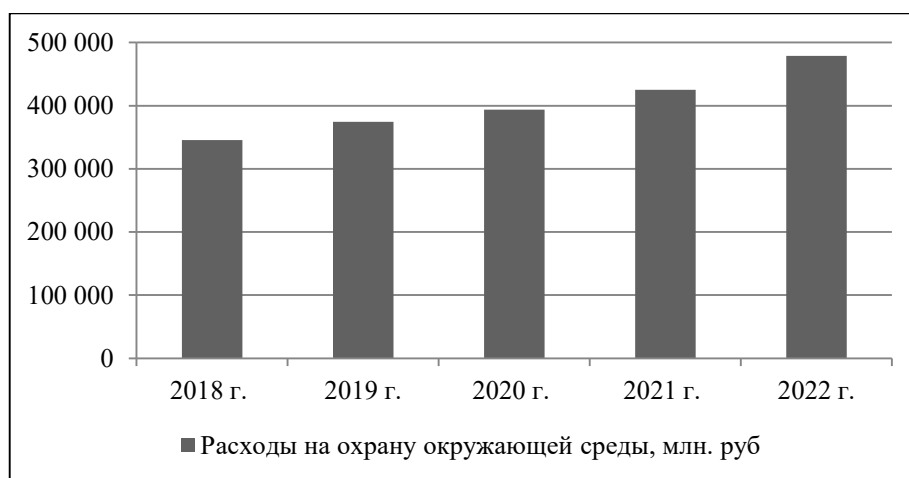


Рисунок 1 – Расходы на охрану окружающей среды на территории Российской Федерации в 2018-2022 гг.

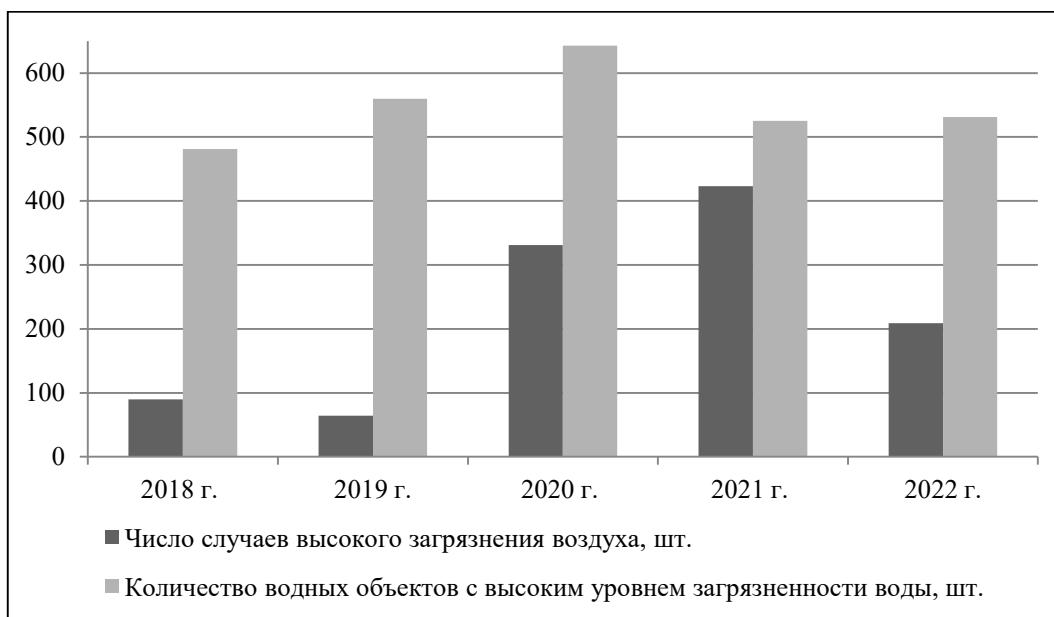


Рисунок 2 – Уровень загрязненности воздуха и воды на территории Российской Федерации в 2018-2022 гг.



Рисунок 3 – Уровень отходов производства и потребления на территории Российской Федерации в 2018-2022 гг.

Однозначно можно сказать о том, что внимание Правительства РФ направлено на попытки снизить влияние хозяйственной деятельности человека на биосферу. Данный факт подтверждается на рисунке 3, где видно стабильное увеличение денежных средств, расходуемых на охрану окружающей среды.

Экологические проблемы в современном мире вышли на глобальный уровень по приоритетности, что сильно повлияло на объемы расходной части бюджетов государств в данном направлении. Российская Федерация не стала исключением. Прирост расходов на охрану окружающей среды лишь за последний год составил 12,68%, а за весь анализируемый период – на 38,63%. К тому же, статистические данные по состоянию загрязненности биосферы в России указывают на необходимость увеличения трат государственных средств в этом направлении.

Периодический рост количества случаев масштабного загрязнения атмосферного воздуха в первую очередь связан с большим числом лесных пожаров, размер которых достигал от 3,5 до 18 млн. га. Также существенное влияние оказала пандемия коронавирусной инфекции COVID-19. Повсеместное установление ограничительных мер для предотвращения дальнейшего распространения заболевания привело к тому, что большинство граждан было вынуждено передвигаться на личном транспорте вместо общественного, что послужило увеличению газовых выбросов в атмосферу. Необходимо также отметить, что рост производства медицинских препаратов и инструментов, а также средств индивидуальной защиты мог привести к увеличению выбросов в окружающую среду.

Изменение количества загрязненных водных объектов напрямую связано с вниманием власти к данному вопросу. В 2020 году из-за COVID-19 плановые и внеплановые проверки в этой сфере были ограничены, что и привело к росту числа водных объектов с высоким уровнем загрязненности. После снятия ограничительных мер, проверки возобновились, как и тщательный контроль, что позволило снизить данный показатель. За последние два года наблюдается стабильная ситуация, что нейтрально сказывается на общей экологической ситуации в стране.

На протяжении всего анализируемого периода в объемах отходов производства и потребления заметен стабильный рост, что связано с ростом российской экономики после выхода из кризиса, вызванного пандемией.

Литература и источники

1. Основные понятия экологии / [Электронный ресурс] // biomed.szgmu.ru : [сайт]. — URL: https://biomed.szgmu.ru/SZGMU_SITE/M_Ecology/The_basic_concepts_of_ecology.html (дата обращения: 03.05.2024).
2. Загрязнение окружающей среды: виды, основные источники, последствия и методы решения проблемы / [Электронный ресурс] // cleanbin.ru : [сайт]. — URL: <https://cleanbin.ru/problems/environmental-pollution> (дата обращения: 03.05.2024).
3. Загрязнение воздуха / [Электронный ресурс] // tadvise.ru : [сайт]. — URL: https://www.tadvise.ru/index.php/Статья:Загрязнение_воздуха (дата обращения: 03.05.2024).
4. Экология в России / [Электронный ресурс] // tochno.st : [сайт]. — URL: <https://tochno.st/problems/ecology> (дата обращения: 03.05.2024).
5. Окружающая среда / [Электронный ресурс] // rosstat.gov.ru : [сайт]. — URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11194#> (дата обращения: 03.05.2024).

УДК 330.3:502/504:658

ВЛИЯНИЕ СУВЕРЕНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ НА РЕАЛИЗАЦИЮ КОРПОРАТИВНЫХ ESG-СТРАТЕГИЙ

Будков Д.В.

Тюменский индустриальный университет
budkovdv@gmail.com

Аннотация. Статья исследует адаптацию корпоративных ESG-стратегий в контексте трансформации российской экономики. Основное внимание уделяется эволюции ESG-принципов, включая минимизацию рисков, рост объема добровольных обязательств, развитие политики ответственного финансирования, повышение важности отраслевых практик, возвращение к стандартам раскрытия информации.

Ключевые слова: ESG-стратегии, устойчивое развитие, суверенизация, трансформация.

Национальная индустрия устойчивого развития за последнее время пережила больше взлетов и падений, чем любая другая. Частая смена циклов, таких как: «спад, отчаяние, надежда и возрождение» стали привычными для отечественного экологического, социального и корпоративного управления (далее – ESG) [1]. Ввиду сокращения взаимодействия с западными стейкхолдерами в российском научном и бизнес-сообществе сформировалось понимание того, что ESG-принципы не в полной мере отвечают актуальным потребностям страны [2]. Изменение принципов в контексте этой трансформации коснулось следующих аспектов:

1. Минимизация рисков. Важным шагом в этом направлении стало создание Реестра углеродных единиц, который был запущен в сентябре 2022 года и призван минимизировать риски, связанные с потенциальным введением внешних углеродных регулирований. Это перспективная платформа для избегания подчинения европейскому механизму трансграничного углеродного регулирования (далее – ТУР). За прошедшее время Реестр углеродных единиц был дополнен девятью новыми проектами, благодаря чему общее число зарегистрированных проектов достигло 23, в то время как на разработку предшествующих 14 инициатив было затрачено свыше полутора лет. Такая динамика указывает на готовность компаний увеличить инвестиции в ESG, в особенности в Е-трекинг, как в одно из наиболее финансово затратных направлений устойчивого развития.

2. Развитие политики ответственного финансирования. Банковские и финансовые организации в России начинают внедрять политики, учитывающие ESG-критерии при предоставлении займов и кредитов. В частности, Сбербанк в 2023 году принял политику, которая ограничивает финансирование ряда видов деятельности с неприемлемым ESG-риском. А также закрепил критерии устойчивых кредитных продуктов - зеленых, адаптационных, социальных и ESG-продуктов. Эта инициатива отражает стремление Сбербанка к устойчивому развитию и служит образцом для других финансовых учреждений.

Стоит отметить, что процесс финансирования, направленный на достижение целей устойчивого развития в течение 2023 года, сопровождался значительным наращиванием объемов. Согласно аналитическим данным рейтингового агентства, «Эксперт РА» [3], размер активов ESG-кредитного портфеля ведущих финансовых учреждений страны увеличился на 42 процента в интервале между 1 июля 2022 года и 1 июля 2023 года, достигнув примерно 1,7 триллиона рублей. В дополнение к этому, совокупный портфель ESG-финансирования по итогам одного года оценивался в 2,7 триллиона рублей [4]. Согласно информации Аналитического кредитного рейтингового агентства (АКРА), общий объем размещения ESG-облигаций на рынке страны в анализируемом году достиг 142,8 млрд рублей, что на 34,5 процента выше уровня предшествующего года, но недотягивает до рекордного показателя 2021 года, составлявшего 211,9 млрд рублей [5].

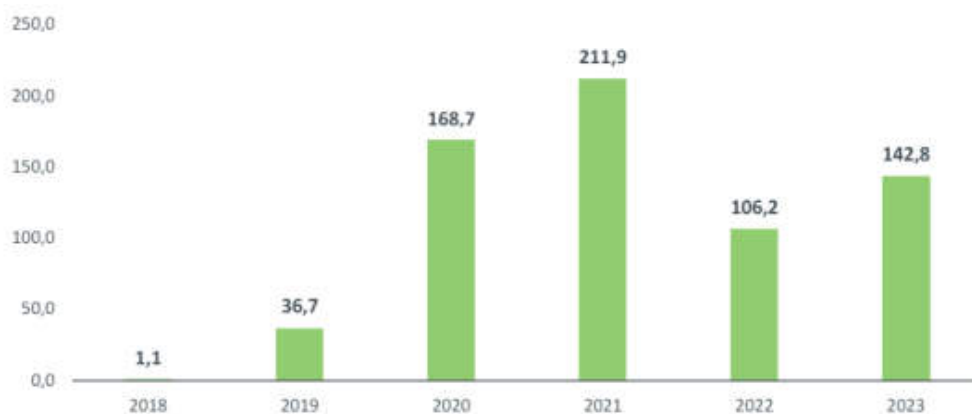


Рисунок 1 – Объем размещений ESG-облигаций российскими эмитентами (включая сегмент национальных и адаптационных проектов), млрд руб.
Источник: оценка АКРА [5].

3. Рост объема добровольных обязательств. В то время как промышленные организации готовятся к применению новых норм по лимитам на выбросы углекислого газа и занимаются реализацией экологических инициатив в рамках своих полномочий, сектора банковского дела и розничной торговли действуют быстрее, вперед на три шага. Так, непосредственно перед наступлением 2024 года, мы наблюдали за появлением первого системно-значимого банка с углеродной нейтральностью: Совкомбанк объявил о компенсации всех своих выбросов по категориям (Score 1) – это прямые выбросы предприятия при производстве и (Score 2) – косвенные выбросы от потребления энергии за предыдущий год. Изменения происходят на наших глазах, и учреждение, которое не имеет традиционных источников засорения окружающей среды, таких как заводские трубы, демонстрирует свою приверженность к принципам стабильного развития совершенно добровольно и без юридического давления.

4. Повышение важности отраслевых практик. Закономерно, что в стремлении развития ESG-повестки в условиях суверенизации экономики возрастает важность учета отраслевых ESG-практик. Несмотря на внешнеэкономические санкции и определенные ответные меры, крупные игроки нефтегазового рынка, такие как Газпром, Роснефть и ЛУКОЙЛ, продолжают развивать свои ESG-программы, фокусируясь главным образом на снижении выбросов углерода, эффективности ресурсного использования и социальной ответственности:

– «Газпром нефть» активно внедряет технологии улавливания и утилизации углекислого газа (CO₂), а также развитию инфраструктуры для использования сжиженного природного газа (СПГ) как экологичного топлива для транспорта;

– «Роснефть» уделяет внимание проектам по снижению сжигания попутного газа, а также внедряет новые технологии для повышения эффективности добычи и переработки, сокращая при этом экологический ущерб;

– «ЛУКОЙЛ» реализует множество экологических программ, направленных на сохранение биоразнообразия, охрану водных ресурсов и повышение энергоэффективности своих производств;

– «Сургутнефтегаз» работает над повышением эффективности своих энергоцентров и оптимизацией системы электроснабжения, а также внедряет передовые технологии для минимизации влияния на окружающую среду.

5. Возвращение к стандартам раскрытия информации. В настоящий момент подавляющее большинство компаний в РФ подтверждает, что их проекты и инициативы в области ESG не теряют релевантности и продолжают оставаться преобладающими в нестабильной экономической обстановке. Это подтверждается не только результатами аналитических исследований специализированных организаций, но и поддержанием

финансирования ESG-проектов российскими корпорациями, а также публикацией отчетов, отражающих ESG-показатели, и интегрированной ежегодной отчетностью [6]. Так, в 2023 году большинство российских организаций-эмитентов вернулось к стандартам раскрытия информации, которые действовали до 1 июля 2023 г. в Постановлении Правительства РФ №351 [7], уполномочивающему корпоративные эмитенты на частичное или полное скрывание сведений, касающихся выпуска ценных бумаг, связано это было с противодействием неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком.

Анализ современных тенденций в сфере ESG позволяет сделать заключение, что в условиях суверенизации российской экономики принципы устойчивого развития претерпевают значительные изменения и адаптируются под новую реальность. Российские компании стремятся сохранить принципы ESG с учетом национальных интересов и требований времени. Важным фактором является развитие отечественных стандартов и практик, способных вписаться в международный контекст, но и отражающих особенности современного этапа развития российской экономики. Изменения в финансировании ESG-проектов, повышение прозрачности раскрытия информации и введение новых индикаторов устойчивого развития являются ключевыми элементами этого процесса, который продолжит эволюционировать в будущем.

Литература и источники

1. Чикин, А. И. 2024 год задает новый старт ESG-трансформации в России / А. И. Чикин. – [Электронный ресурс] // Сетевое издание Ведомости. Дата публикации: 2 апреля 2024. – URL: https://www.vedomosti.ru/esg/corporate_governance/columns/2024/04/02/1029399-2024-god-zadaet-novii-start-esg-transformatsii-v-rossii (дата обращения: 27.04.2024).

2. Эксперт: международные ESG-стандарты нужно адаптировать под особенности компаний в РФ – [Электронный ресурс] // ТАСС. Дата публикации: 2 декабря 2022. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/16489769> (дата обращения: 27.04.2024).

3. Обзор ESG-банкинга за 1-е полугодие 2023 года: устойчивые перспективы – [Электронный ресурс] // рейтинги кредитных институтов «Эксперт РА». Дата публикации: 13 сентября 2023 года. – URL: https://raexpert.ru/researches/sus_dev/esg_bank_1h2023 (дата обращения: 28.04.2024).

4. Сбербанк нарастил портфель ESG-кредитов примерно до 1,9 трлн рублей – [Электронный ресурс] // Интерфакс. Дата публикации: 12 октября 2023. – URL: <https://www.interfax.ru/business/925458> (дата обращения: 29.04.2024).

5. Российский рынок ESG-облигаций: упал — отжался – [Электронный ресурс] // материалы Аналитического кредитного рейтингового агентства АКРА. Дата публикации: 19 октября 2023. – URL: (<https://www.acra-ratings.ru/research/2749/>). (дата обращения: 29.04.2024)

6. ESG-повестка в России и за рубежом итоги 2023, перспективы 2024: краткий обзор – Текст: электронный // Материалы Аналитического агентства LEAGAL LAB. URL: [https://klplegal.ru/upload/3_2_ESG_повестка_в_России_и_за_рубежом_2023%20\(1\).pdf](https://klplegal.ru/upload/3_2_ESG_повестка_в_России_и_за_рубежом_2023%20(1).pdf) (дата обращения: 28.04.2024).

7. Постановление Правительства Российской Федерации от 12.03.2022 г. № 351 «Об особенностях раскрытия и предоставления в 2022 году информации, подлежащей раскрытию и предоставлению в соответствии с требованиями Федерального закона «Об акционерных обществах» и Федерального закона «О рынке ценных бумаг», и особенностях раскрытия инсайдерской информации в соответствии с требованиями Федерального закона «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Научный руководитель – д-р экон. наук, доцент Курушина Е.В., Тюменский индустриальный университет

УДК 336.63

ВЛИЯНИЕ ESG-ТРАНСФОРМАЦИИ НА УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ПАО «СЕВЕРСТАЛЬ»

Вершинин Л.С., Семенихин Н.Д.

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
leva-vershinin57@mail.ru, semennekit@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена ESG-трансформации крупного бизнеса в России, в основе которой лежит преобразования финансово-экономической составляющей развития бизнеса с одновременным сохранением окружающей среды. Соответствие целевым стандартам экологии, социальной политики и корпоративного управления особенно важны для крупных, системообразующих участников отечественного рынка. В рамках исследования были проанализированы данные компании ПАО «Северсталь» и сделаны выводы о влиянии ESG-трансформации на показатели компании в сфере управления денежными потоками компании.

Ключевые слова: ESG-трансформация, денежные средства, денежные потоки, эффективность денежного потока, устойчивое развитие, зеленое финансирование.

Процесс ESG-трансформации предполагает не только достижение финансовой устойчивости компании в конкретный момент времени, но и долгосрочное устойчивое финансово-хозяйственное и социально-экономическое развитие. Для субъектов крупного бизнеса переход к ESG продиктован необходимостью не только быть причастным к преобразованию экономики и становлению устойчивой модели ее развития с сохранением окружающей среды [1], но и возглавлять этот процесс. К таким компаниям относится один из лидеров по производству стали в России - ПАО «Северсталь», для которого ESG-трансформация особенно важна, поскольку каждый аспект ESG имеет прямое влияние на стабильность и устойчивую бизнес-процессов.

Реализация стратегии ESG-трансформации помогает повысить устойчивость бизнеса к изменяющимся экологическим, социальным и регуляторным требованиям. Рассматривая экологическую составляющую трансформации бизнеса, в случае со сталелитейным производством, потребность в ней объясняется значительным воздействием субъектов этой индустрии на окружающую среду. Кроме того, обеспечение безопасности в окружающей среде способны снизить операционные риски ведения бизнеса [2]. Тем не менее, экологическая трансформация бизнеса требует больших объемов единовременного финансирования, реализации крупных инвестиционных проектов, капитальных вложений [3]. Сокращение отходов, как результат «зеленых» инвестиций, уменьшает затраты на производство, улучшая финансовые показатели компании, в том числе обеспечивая устойчивый рост прибыли организации. Подобные инвестиции оказывают прямое влияние на систему и результаты управления денежными потоками компании как базисом устойчивого развития.

Не менее актуальны аспекты внедрения принципов социальной ответственности в рамках ESG-трансформации, что может находить отражение в отчете о движении денежных средств. Корпоративное управление включает в себя процессы, стандарты и практики, которые направлены на эффективное руководство компанией в интересах всех заинтересованных сторон как в компании, так и в ее внешней среде. Корпоративное управление в контексте ESG приводит к улучшению управления денежными потоками, повышению прозрачности и укреплению доверия инвесторов. Учитывая тот факт, что ПАО «Северсталь» является публичной компанией, это особенно важно.

В первую очередь, в корпоративном управлении важна прозрачность. За счет полноценного предоставления информации можно повысить инвестиционную привлекательность бизнеса. Кроме того, без раскрытия отчетности было бы невозможно в полной мере оценить влияние ESG-процессов на управление денежными потоками. Представители металлургического сектора не раскрывали должным образом информацию в 2022 и 2023 годах, в отличие от ПАО «Северсталь». Сам факт раскрытия уже выделяет компанию относительно конкурентов в отрасли. Благодаря этому факту, можно оценить влияние отдельных аспектов в корпоративном управлении на денежные потоки компании. Так, используя отчет о движении денежных средств следует резюмировать действия в рамках корпоративного управления.

За счет отказа от выплаты дивидендов с целью повышения ликвидности компании для преодоления кризиса, спровоцированного санкциями, наложенными на ПАО «Северсталь», свободные денежные средства компании за год увеличились до 373568 млн руб. (с 186219 млн руб. по состоянию на 31.12.2022). Эти меры в условиях существования у компании долга на общую сумму 163105 млн руб. (на 61% больше, чем годом ранее), ПАО «Северсталь» сохранило чистую денежную позицию - 210463 млн руб. [4]. Показатель Чистый долг/ЕБИТДА составил -0.8. Учитывая кризисные обстоятельства на рынке черной металлургии, компании, используя ESG-процессы и за счет качественного корпоративного управления, компании удалось сформировать должный уровень ликвидности, а также, отрицательный долг. Несмотря на то, что с точки зрения корпоративного управления, отказ от дивидендов является неблагоприятным решением для инвесторов, это решение было стратегически обосновано. В 2024 году было принято решение о выплате дивидендов в объеме 191,51 рублей на акцию по итогам года. Это решение также скажется на денежных потоках, направленных на финансовую деятельность [5].

В рамках устойчивого развития ПАО «Северсталь» ориентирована на использование инструментов государственной поддержки при реализации проектов по декарбонизации, управление выбросами парниковых газов и климатическими рисками, привлечение «зеленого» финансирования, в том числе посредством продажи углеродных единиц.

В 2023 году в рамках федерального проекта по снижению выбросов загрязняющих веществ в атмосферу – «Чистый воздух», компания получила субсидированный заем на 300 млн рублей от Фонда развития промышленности. Помимо привлечения средств из внешних источников, компания также занимается перераспределением денежных потоков для осуществления наиболее эффективного и безотходного производства. Так компания наращивает долю затрат на природоохранную деятельность начиная с 2019 года 3,795 млрд рублей по отчетный период в размере 6,081 млрд рублей, при этом ежегодно определяет наиболее приоритетные направления развития – в 2023 году повысив долю затрат на охрану и рациональное использование водных ресурсов (39,7% и 34,4% соответственно) [6].

Основными проектами компании по охране окружающей среды являются: переработка отходов и увеличение доли рециклинга, мониторинг и сохранение биоразнообразия в регионе присутствия «Карельский окатыш», проект «Зеленый щит» (озеленение территории вокруг ЧерМК), проект «Чистый воздух» (комплексный план по снижению выбросов загрязняющих веществ в городе Череповец), снижение выбросов парниковых газов и декарбонизация производства. Данные проекты являются продуктом перераспределения и привлечения денежных потоков в рамках ESG-повестки, и напрямую влияют на финансовые результаты деятельности компании. Существенное влияние на управление денежными потоками оказывает принцип соответствия экологическим критериям. Данное основание ужесточает критерии подбора, ограничивает возможности гибкого ценообразования.

С точки зрения социальной ответственности компании выделяют влияние принципов соответствия социальным-критериям поставщиков, аналогично сокращает количество доступных организаций. В рамках социальной составляющей ESG-трансформации с 2017 года в ПАО «Северсталь» действует женский клуб, позволяющий расширять бизнес-

сообщество и увеличивать обмен опытом в том числе в сфере управления денежными потоками. Активное привлечение высококвалифицированных специалистов и молодых талантов оказывает сильное влияние на эффективность управления денежными потоками. Финансирование профильных учебных заведений является одной из стратегий по воспитанию кадров компании, а также внедрение эффективных систем адаптации работников. Помимо привлечения новых кадров ПАО «Северсталь» активно развивает проекты по удержанию сотрудников обеспечивая их необходимыми системами непрерывного обучения и повышения квалификации, повышением фонда оплаты труда, улучшением социально-бытовых условий на производстве.

Таким образом, следует отметить, что ESG-трансформация компании позволяет оптимизировать денежные потоки не только с финансовой позиции, но также с позиции ответственного ведения бизнеса. ESG-трансформация активизирует возможности финансирования деятельности такие как «зеленые» инструменты финансирования, поддержка государства в реализации экологических проектов [7]. Способствует прозрачности в ведении бизнеса, как следствие, оказывает положительное влияние на инвестиционную и социальную привлекательность компании. Влияет на приоритеты распределения денежных потоков между проектами, а также на принятие решений менеджмента компании.

Литература и источники

1. Зацарная, Н. А. Оценка эффективности ESG-трансформации российских компаний в целях устойчивого пространственного развития страны // Глобальная неопределенность. Развитие или деградация мировой экономики? : Сборник статей XI Международной научной конференции. В 2-х томах, Москва, 17–18 мая 2022 года / Под редакцией С. Д. Валентя. Том 2. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2022. – С. 103-109.
2. Финансы устойчивого развития : Учебник. В 2 книгах / Е. В. Алтухова, А. А. Алиев, Э. А. Асяева [и др.]. Том Книга 1. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Юнити-Дана", 2023. – 255 с. – ISBN 978-5-238-03682-3.
3. Vershinina A.A., Goryainova L.V., Zhdanova O.A., Maksimova T.P. State of the investment fund market of as an indicator of the country's socio-economic development // Journal of Internet Banking and Commerce. – 2016. – Vol. 21, No. S3. – P. 9.
4. Пресс релиз ПАО «Северсталь» по финансовым результатам за 12 месяцев 2023 [Электронный ресурс]. URL: https://severstal.com/upload/iblock/df9/25z63j2mx8p2hckfjwrpkqogpe62db3z/Press_reliz_finansovym-rezultatam-za-12-mes-2023-goda-RUS-final.pdf
5. Раскрываемая консолидированная финансовая отчетность ПАО «Северсталь» за годы, закончившиеся 31 декабря 2023 и 2022 [Электронный ресурс]. URL: https://severstal.com/upload/iblock/863/2zvp3sjv27920tjx5jkbd8w7g7izsh6/Severstal_-_Summary-FS_RUS_2023_signed.pdf
6. Отчет об устойчивом развитии ПАО «Северсталь» за 2023 год [Электронный ресурс]. URL: <https://severstal.com/rus/ir/indicators-reporting/social-reports>
7. Ordov K.V., Tsertseil Ju.S., Zatsarnaya N.A. Prospects for the Development of the Market of Carbon Units within the Framework of the ESG Orientation and the Possibility of Using Green Bonds for Its Development // Social and Economic Studies within the Framework of Emerging Global Developments. – Berlin : Peter Lang GmbH, 2023. – P. 145-158.

Научный руководитель – Зацарная Н.А., ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

УДК 330:504.062

ЭКОНОМИКА КЛИМАТА: МЕХАНИЗМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ АДАПТАЦИИ

Волкова Т.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»»

vty@ako.ru

***Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы, связанные с влиянием глобального изменения климата на рост неблагоприятных метеорологических явлений, которые, в свою очередь, наносят значительный экономический ущерб. По мнению ряда экспертов, изменения климата стали необратимыми. В связи с тем, что в естественные процессы включился антропогенный фактор – выбросы парниковых газов, связанные с деятельностью человека, прогнозирование неблагоприятных метеоявлений, особенно, в долгосрочном периоде, очень сложно и не обладает требуемой точностью. В связи с этим необходимо максимально ответственно подойти к работе, связанной с адаптацией различных отраслей экономики и сфер жизни к происходящим изменениям в мировой климатической системе.*

***Ключевые слова:** глобальное изменение климата, неблагоприятные погодные явления, адаптация.*

Ураганы, наводнения, град, заморозки, пожары происходят всё чаще. По данным Минприроды России 90% самых тяжелых экономических потерь приходится на опасные гидрометеорологические явления, а стихийные бедствия, такие, как извержения вулканов, цунами, землетрясения дают только 10% от убытков.

И если еще 10-15 лет назад примеры масштабных катаклизмов природного характера нужно было искать где-то далеко, то теперь всё происходит рядом. И речь не только о граде в Кабардино-Балкарии или затоплении Орска. За эту весну в Кузбассе и соседних регионах уже произошло немало: паводок в Усть-Кабырзе, где Мрас-Су вышла из берегов и затопила 40 домов; Томь затопила прибрежные районы Юрги, унесла в Междуреченске понтонный мост вместе с людьми, а в Томске частично смыла защитную дамбу.

Размеры ущербов от этих событий еще только предстоит подсчитать.

Причина - глобальное изменение климата, которое год от года набирает обороты. И несмотря на битвы ученых об истинных причинах этого явления, значительное увеличение количества парниковых газов в атмосфере признают все. И влияние, которое эти газы оказывают на нагрев поверхности Земли и мирового океана, тоже.

2020 год стал одним из трех самых теплых лет в истории наблюдений, несмотря на охлаждающее воздействие явления Ла-Нинья. Глобальная средняя температура составила примерно 14,9°C, что на 1,2°C выше доиндустриального (1850—1900 гг.) уровня. Шесть лет с 2015 года стали самыми теплыми за всю историю наблюдений. 2011—2020 годы были самым теплым десятилетием за все время наблюдений.

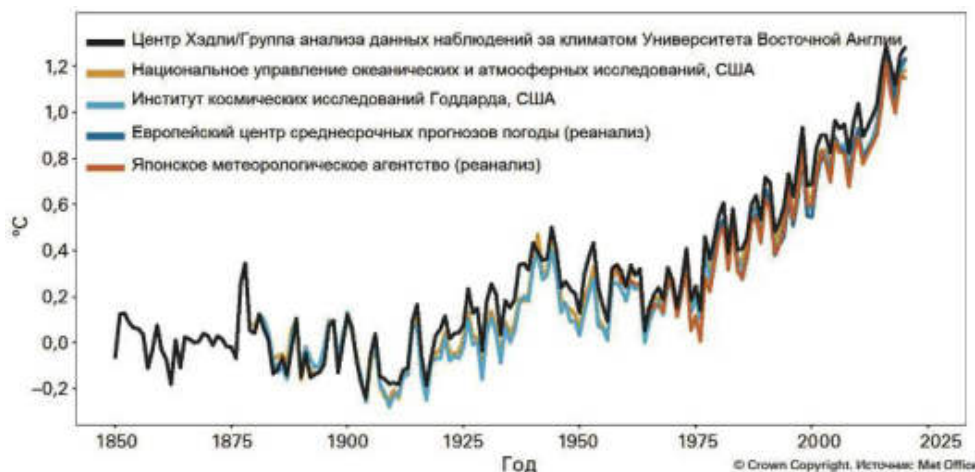


Рисунок 1 – Рост глобальной температуры

Учитывая стремительно возрастающий масштаб негативных погодных явлений и рост ущерба от них, на стыке экономики и экологии сформировалось новое направление науки - экономика климата. Ее цель - помочь государственным институтам, деловым кругам и обществу в принятии оптимальных решений, позволяющих сочетать сохранение благосостояния и стабильный экономический рост.

Основные задачи экономики климата состоят в оценке финансовых и экономических последствий климатических изменений, а также в изучении экономических аспектов колебания концентрации парниковых газов в атмосфере и её сохранения на безопасном уровне во избежание дорогостоящих и необратимых последствий.

Основные принципы экономики изменения климата заключаются в поисках ответа на главный вопрос: как достичь улучшенного роста вместе с улучшенным климатом.

В связи с глобальностью проблемы, борьба с изменениями климата стала одной из целей устойчивого развития (ЦУР), определенных ООН в 2015 году. Для неё установлен ряд задачи и индикаторов, в том числе повышение сопротивляемости и способности адаптироваться к опасным климатическим явлениям; выполнение взятых развитыми странами обязательств об изменении климата; содействие созданию механизмов по планированию и управлению, связанных с изменением климата.

В контексте нынешней ситуации значимость борьбы с изменениями климата переоценить трудно. В опубликованном на днях в журнале Nature докладе Потсдамского института исследований воздействия на климат говорится, что мировая экономика может сократиться на 20% к 2050-м годам в результате глобального потепления. Изменить этот тренд не удастся, даже если резко сократить выбросы парниковых газов в будущем.

По оценкам ученых, последствия климатической трансформации будут приносить ущерб в размере порядка 38 триллионов долларов в год. Эта сумма в шесть раз превышает ориентировочную стоимость мер, направленных на удержание глобального потепления в пределах 2 градусов.

Важно подчеркнуть, что размер ущерба определен сценарием, при котором средняя мировая температура повысится максимум на 2 градуса до 2100 года. При этом всё больше исследователей считают, что критический уровень концентрации парниковых газов в атмосфере давно превысил показатели, необходимые для такого сценарий, и глобальное потепление к концу столетия составит 3 и более градусов.

И если изначально приоритетом климатической повестки в целом и экономики климата в частности была борьба за сокращение выбросов парниковых газов для снижения антропогенного воздействия на атмосферу, то сегодня акценты смещаются в сторону адаптации к изменениям климата, избежать которых не удастся, так как даже по данным ООН принятых на сегодня действий по борьбе с изменением климата недостаточно.

По определению Межправительственной группы экспертов по изменению климата (МГЭИК) адаптация к изменениям климата – это процесс снижения климатических рисков и уязвимости к ним преимущественно посредством приспособления существующих систем к новым условиям.

Адаптация упоминается лишь в качестве одной из задач ЦУР №13, но именно адаптационный компонент необходим для достижения ряда других ЦУР, в том числе ликвидации голода, здоровье и благополучие, устойчивость городов и сообществ. По оценке Богдановича А.Ю., Липки О.Н. из 169 конкретных задач, определенных для ЦУР, выполнение 77 зависит от изменений климата, 84 необходимы элементы адаптации к изменениям климата, полноценная реализация 91 задачи необходима для адаптации на государственном и мировом уровнях. Таким образом, адаптационные мероприятия имеют огромную значимость.

При этом, как уже отмечалось, адаптация к изменениям климата пока недостаточно эффективна. В докладе ЮНЕП о разнице мер адаптации к изменению климата за 2023 год ей дана следующая оценка: «Недостаточное финансирование. Недостаточная подготовка: недостаток инвестиций и неэффективное планирование мер адаптации к меняющемуся климату оставляет мир без защиты». Таким образом, прогресс в области мер адаптации к изменению климата идет недостаточными темпами, его необходимо ускорить, чтобы успеть справиться с увеличивающимися последствиями изменения климата. И здесь без экономики климата не обойтись.

В России, как и в мире, сохраняется заданная в последние десятилетия тенденция к росту числа опасных гидрометеорологических явлений, вызванных глобальными изменениями климата. Территория нашей страны теплеет, в среднем, в 1,7 раза быстрее, чем мировая суша, – на 0,49 градуса за 10 лет. Начиная с 1981 года каждое десятилетие теплее предыдущего.

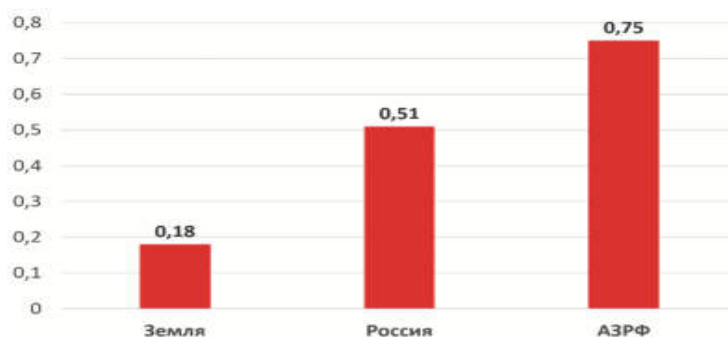


Рисунок 2 – Тренд приземной температуры воздуха (°C/10 лет) 1976-2020 гг.

В 2023 году по данным Росгидромета в России зарегистрировано 1191 опасное погодное явление, 448 из них нанесли серьёзный ущерб экономике и населению. Это на 22% больше, чем годом ранее. Ливни, град, ураганы, заморозки стали лидерами по размерам причиненных убытков. Ожидается, что в 2024 году тренд сохранится. Ежегодный ущерб от неблагоприятных погодных явлений в нашей стране оценивается, в среднем, в 60 млрд рублей в год.

Как в России менялось число опасных погодных явлений

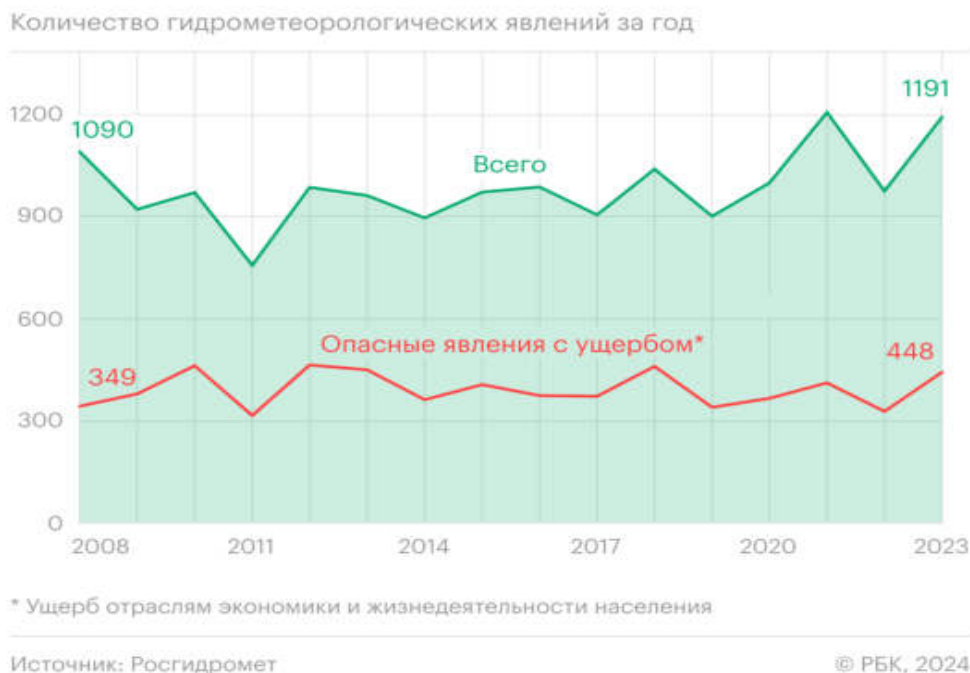


Рисунок 3 – Повторяемость опасных явлений и размер нанесенного ими ущерба в период 2008-2023 гг.

Регионы России в силу природно-климатических условий имеют разную степень уязвимости от климатических рисков. Влияет на это и географическое положение, и особенности экономик территорий.

В Сибирском федеральном округе (СФО), как и в целом по России, среднегодовая температура воздуха растет. Также увеличивается и количество осадков, особенно весной. Наиболее повторяемыми опасными явлениями погоды, наносящими экономический ущерб, в СФО, являются ветры, экстремальные температуры, гидрологические явления, снег.

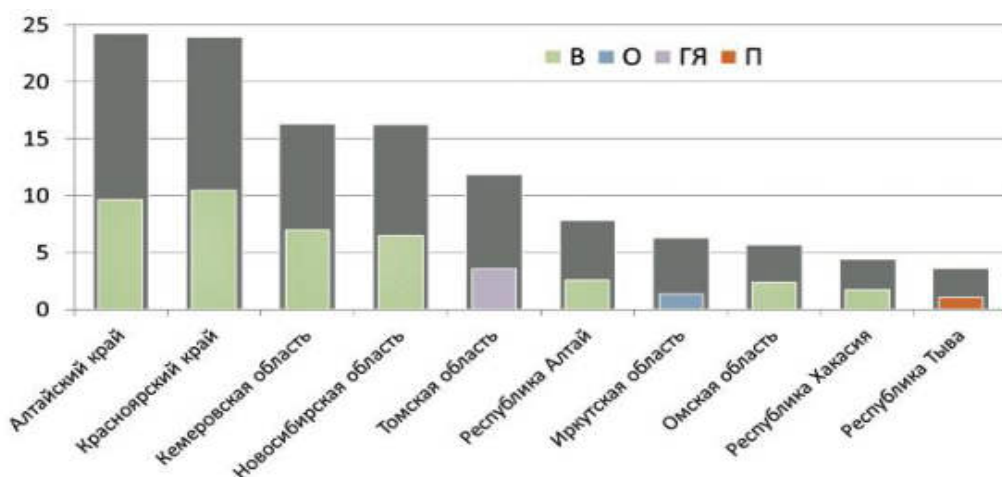


Рисунок 4 – Повторяемость опасных явлений, нанесших экономические ущербы в субъектах СФО в период 1991-2020 гг., среднее число случаев в год

Возрастающие объемы ущерба и сложность долгосрочного прогнозирования неблагоприятных погодных явлений негативно сказываются на экономическом развитии регионов и целых стран.

И для решения задачи по адаптации и формированию новой стратегии дальнейшего развития используется нормативно-правовая база, сформированная в рамках экономики климата.

Для оценки рисков в системообразующих отраслях экономики разработаны отраслевые планы адаптации, в соответствии с которыми подготовлены и методики по определению и оценке климатических рисков и расчету ущерба, связанного с изменениями климата.

Таблица 1 – Виды рисков по отраслям

Отрасли	Виды рисков										
	Волны жары	Рост числа переходов в температуры воздуха через 0°C в холодный период года	Засуха	Опустынивание	Пожары	Рост количества пыли, аэрозолей, пестицидов	Экстремальные осадки и наводнения	Экстремально сильный ветер	Деградация многолетних мерзлоты	Таяние арктического льда	Пучение грунта
Здравоохранение	+	+	+	+	+	+	+	+			
Природопользование	+	+	+	+	+	+	+	+			
АПК	+	+	+	+	+	+	+	+			
Строительство и ЖКХ	+	+	+	+	+	+	+	+			
Транспорт	+	+			+		+		+	+	+
МЧС							+		+		+
ТЭК	+	+			+		+	+	+	+	

Очевидно, что хоть отрасли и разные, и проявления рисков тоже будут разные, но что касается непосредственно видов рисков, то тут особого разнообразия нет.

Наиболее уязвимы те отрасли, которые подвержены большому числу рисков. Это здравоохранение, природопользование, сельское хозяйство, строительство, ЖКХ, транспорт и топливно-энергетический комплекс. Собственно говоря, всё то, что составляет основу нашей жизни. Причем, многие из перечисленных в таблице рисков в отраслевых планах оцениваются как высокие и даже критические.

Если максимально обобщить виды этих рисков, то получится 4 основных: волны тепла, водный стресс, лесные пожары и таяние многолетней мерзлоты. Как отмечают в своей статье о влиянии изменений климата на экономику России Макаров и Чернокульский, эти 4 риска могут иметь наибольшее влияние на наибольшее число регионов. Они построили рейтинг регионов по схеме «воздействие-подверженность-уязвимость» и ранжировали с учетом климатического риска для каждого из этих компонентов. Для Кузбасса, например, определены два значимых риска: волны жары и водный стресс.

В связи с этим на первый план вновь выходит именно вопрос адаптации. Реальной возможности повлиять на ветер, почву, воду у нас нет, поэтому нужно рассчитать все возможные (и не слишком) варианты и решить, как действовать в той или иной ситуации, и что нужно сделать, чтобы снизить интенсивность рисков, а также расставить приоритеты в вопросах финансирования адаптационных мероприятий.

И тут, как отмечается во многих исследованиях, связанных с темой адаптации к изменениям климата, необходимо, прежде всего, привлечение специалистов, в том числе ученых, для того чтобы планы адаптации были не «художественной самодеятельностью», а действительно эффективными документами, построенными на основании актуальной и верной информации.

В соответствии с Распоряжением Минприроды России от 19.05.2021 №16-р «Об утверждении Типового паспорта климатической безопасности территории субъекта Российской Федерации», Приказа Минэкономразвития России от 13.05.2021 №267 «Об утверждении методических рекомендаций и показателей по вопросам адаптации к изменениям климата» и Распоряжением Правительства РФ от 11.03.2023 № 559-р «Об утверждении национального плана мероприятий второго этапа адаптации к изменениям климата на период до 2025 года» Правительство Кузбасса приступило к разработке паспорта климатической безопасности и мероприятий второго этапа адаптации к изменениям климата.

И уже на первоначальном этапе столкнулись с такой ситуацией. На основании данных от МЧС России по Кемеровской области проанжировали риски, связанные с затоплением и пожарами на территории нашего региона.

Таблица 2 – Ущерб и характеристика рисков возникновения подтоплений (затоплений) на территории Кемеровской области - Кузбасса

Наименование МО, населенного пункта	Количество домов, попадающих в зону подтопления	Количество человек, попадающих в зону подтопления	Риски возникновения подтоплений (затоплений)
Юргинский МО	6	19	приемлемый риск – 10^{-5}
Крапивинский МО	45	55	приемлемый риск – 10^{-4}
Тяжинский МО	17	43	приемлемый риск – 10^{-4}
Анжеро-Судженский ГО	29	45	приемлемый риск – 10^{-4}
г. Гурьевск	16	47	приемлемый риск – 10^{-4}
Гурьевский МО	40	124	приемлемый риск – 10^{-4}
Яшкинский МО	111	195	приемлемый риск – 10^{-4}
Юргинский ГО	38	200	приемлемый риск – 10^{-5}
Беловский ГО	134	283	приемлемый риск – 10^{-4}
Ленинск-Кузнецкий МО	170	392	приемлемый риск – 10^{-4}
Кемеровский ГО	144	415	приемлемый риск – 10^{-4}
Яйский МО	72	1038	приемлемый риск – 10^{-4}
Кемеровский МО	740	1380	приемлемый риск – 10^{-4}
Новокузнецкий МО	1798	3436	приемлемый риск – 10^{-6}
Топкинский МО	11	20	повышенный риск – 10^{-3}
Беловский МО	114	342	повышенный риск – 10^{-3}
Осинниковский ГО	177	346	повышенный риск – 10^{-3}
Мариинский МО	211	461	повышенный риск – 10^{-3}
Мысковский ГО	285	462	повышенный риск – 10^{-3}
Междуреченский ГО	199	709	повышенный риск – 10^{-3}
Таштагольский МР	615	1365	повышенный риск – 10^{-3}
Калтанский ГО	1516	3838	повышенный риск – 10^{-3}
Новокузнецкий ГО	2098	5301	повышенный риск – 10^{-3}
Итого	8586	20516	

И что мы сразу отмечаем в свете последних событий? Риск подтопления Юрги 10⁻⁵, он считается приемлемым. Тогда как нынешней весной часть прибрежной территории оказалась подтоплена.

Повышенный риск подтопления наблюдается, в основном, в южных районах, а также в территориях, расположенных вдоль крупных рек.

Таблица 3 – Ущерб и характеристика рисков возникновения природных (лесных, торфяных) пожаров на территории Кемеровской области – Кузбасса

	Количество домов, попадающих в зону высокой пожарной опасности	Количество населения, попадающих в зону высокой пожарной опасности (чел)	Риски возникновения природных (лесных, торфяных) пожаров
1	2	3	4
Яшкинский МО	24	37	приемлемый риск – 10 ⁻⁴
Юргинский ГО	21	84	приемлемый риск – 10 ⁻⁴
Ленинск-Кузнецкий ГО	86	103	приемлемый риск – 10 ⁻⁴
Кемеровский ГО	389	825	приемлемый риск – 10 ⁻⁴
Тисульский МО	1411	2136	приемлемый риск – 10 ⁻⁴
Гурьевский МО	1388	3167	приемлемый риск – 10 ⁻⁴
Кемеровский МО	1078	3430	приемлемый риск – 10 ⁻⁴
Юргинский МО	1707	4601	приемлемый риск – 10 ⁻⁴
Ленинск-Кузнецкий МО	1827	4966	приемлемый риск – 10 ⁻⁴
Прокопьевский МО	1962	6361	приемлемый риск – 10 ⁻⁴
Осинниковский ГО	46	138	повышенный риск – 10 ⁻³
Мариинский МО	100	250	повышенный риск – 10 ⁻³
Яйский МО	113	311	повышенный риск – 10 ⁻³
Междуреченский ГО	84	450	повышенный риск – 10 ⁻³
Мысковский ГО	144	460	повышенный риск – 10 ⁻³
Анжеро-Судженский ГО	250	473	повышенный риск – 10 ⁻³
Тайгинский ГО	382	1119	повышенный риск – 10 ⁻³
Беловский ГО	163	1187	повышенный риск – 10 ⁻³
Новокузнецкий МО	565	1276	повышенный риск – 10 ⁻³
Беловский МО	523	1312	повышенный риск – 10 ⁻³
Тяжинский МО	3541	1434	повышенный риск – 10 ⁻³
Ижморский МО	2125	4860	повышенный риск – 10 ⁻³
Итого	17931	41980	

Что касается риска лесных пожаров, то по данным статистики повышенный риск наблюдается в большинстве территорий. При этом 2023 год с этой позиции в Кузбассе был достаточно спокойным, в том числе, благодаря профилактическим мероприятиям и закупке необходимой для охраны леса от огня техники. Было зафиксировано 3 пожара, от огня пострадали 19,7 Га леса.

Поэтому, данные по чувствительности к рискам необходимо постоянно обновлять. Меняется климат, меняется состояние всех природных систем. Всё это происходит не просто быстро, а стремительно, и если не заниматься адаптацией сейчас, то через 10 лет уже, возможно, адаптировать будет, практически, нечего.

Литература и источники

1. Порфирьев, Б. Н. Планирование адаптации к изменениям климата: мировой опыт и возможности для устойчивого социально-экономического развития России [Текст] / Б. Н. Порфирьев, Н. Е. Терентьев, Ю. В. Зинченко // Проблемы прогнозирования. – 2023. – № 2. – С. 154-168.
2. Липка, О. Н. Прикладные аспекты адаптации к изменениям климата в России [Текст] / О. Н. Липка, А. А. Романовская, С. М. Семенов // Фундаментальная и прикладная климатология. – 2020. – № 1. – С. 65-90.
3. Чернокульский, А. В. Влияние изменения климата на экономику России: рейтинг регионов по необходимости адаптации [Текст] / А. В. Чернокульский // Фундаментальная и прикладная климатология. – 2023. – № 4 (61). – С. 145-202.
4. Киселева, И. А. Подходы к совершенствованию климатического законодательства России с учетом международной практики [Текст] / И. А. Киселева, Ю. А. Назарова // Вестник РГГУ: Серия «Экономика. Управление. Право». – 2023. – № 2. – С. 69-84.
5. Тебекин, А. В. Критерии эффективности мероприятия национального хозяйства к изменениям климата [Текст] / А. В. Тебекин, О. Е. Ломакин // Теоретическая экономика. – 2022. – № 11. – С. 40-55.

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Мекуш Г.Е., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 316.422, 338.48

ESG-ТРАНСФОРМАЦИЯ ТУРИЗМА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ: ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Газенаур А.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
alexhasenauer10@gmail.com

***Аннотация.** Настоящая работа посвящена анализу ESG-трансформации как важного комплексного элемента в туристской сфере. Была прописана необходимая терминология по изучаемой теме, частично затронута необходимость ESG на территории России, были изучены проекты промышленных предприятий, которые будут активно использоваться в туризме Кемеровской области – Кузбасса в ближайшем будущем, дана краткая авторская оценка трансформации туризма в регионе.*

***Ключевые слова:** ESG-трансформация, туризм, аспекты, Кузбасс, промышленный туризм.*

ESG-трансформация туризма [1] – это процесс изменений в туристической отрасли, направленный на повышение ее устойчивости и социальной ответственности. Она включает в себя экологические, социальные и корпоративные аспекты [1,2], которые должны учитываться при разработке и реализации стратегий развития туристических предприятий.

Экологические аспекты [1,2] при внедрении ESG-трансформаций в туристической индустрии заключают в себя меры по снижению негативного воздействия на окружающую среду, природу в целом. Это может включать использование возобновляемых источников энергии, сокращение отходов, использование более экологически чистых строительных материалов и т.д.

Социальные аспекты ESG-трансформации [1,2] затрагивают такие социальные аспекты, как улучшение условий труда, обеспечение безопасности туристов, поддержка местного сообщества и т.д.

Корпоративные аспекты [1,2] включают в себя улучшение экономического управления, прозрачность и ответственность перед инвесторами, клиентами и обществом.

В России [3] ESG-трансформация туризма является важной отраслью, тем более в современных условиях, когда на РФ возлагаются различные ограничивающие санкции. Города и регионы России должны адаптироваться к Международной конвенции и внедрить ESG-трансформацию, чтобы повысить туристическую привлекательность и создать благоприятную среду для рекреационного и промышленного туризма [4].

Что касается экологической, социальной и управленческой трансформации туризма в Кемеровской области (Кузбассе), то стоит отметить, что Министерство экономического развития утвердило Программу экономических преобразований Кузбасса и Республики Коми на 2021 год, в которую привлечены инвестиционные проекты на сумму около 500 млрд рублей [5]. К 2026 году, согласно утвержденному плану, финансирование должно достичь более 376,4 миллиардов [5].

Один из новых проектов в Кузбассе – современный комплекс обработки и производства карбамида и аммиака [5] за 105 миллиардов рублей. Желание создать такой комплекс появилось у Романа Троценко – владельца «СДС Азот» и владельца компанией «Evraz», Романа Абрамовича. По прогнозам, выпуск аммиака будет удвоен с 3,5 до 7 тыс. тонн в сутки, а производство карбамида почти втрое с 1,8 до 5,5 тыс. тонн в сутки. Предварительные сроки реализации этого проекта – до конца 2026 года [5].

Среди других важных проектов - модернизация теплоэлектроцентрали в Кузбассе стоимостью 36,7 млрд рублей и строительство аэровокзала в Новокузнецке стоимостью 2,7 млрд рублей, остаточные работы на Крапивинской ГЭС за 45 миллиардов рублей и т.д. Все эти проекты планируется реализовать до 2030 года.

Если рассматривать все эти программы, связанные с ESG-трансформацией, станет заметно, что большинство из них связаны с промышленными объектами и их благоустройством и модернизацией. Это легко объясняется тем, что Кузбасс один из самых приоритетных и ведущих регионов России по угольной и химической промышленности. Но в то же время Кемеровская область – один из главных центров промышленного вида туризма как в России, так и в мире в целом. Крупные компании, предприятия Кузбасса, разрабатывают специальные туристские маршруты, чтобы показать передовые технологии и производство, проводят экскурсии с интерактивными элементами, показом продукции предприятий, ознакомлением с внутренней жизнью больших компаний [1,2,5].

Хочется отметить, что ESG – трансформация является очень важным этапом к созданию экологически безопасной, социально комфортной и приятной, корпоративно прозрачной деятельности в туристской сфере. На территории Кемеровской области - Кузбасса такая деятельность в ближайшее время будет направлена на промышленный туризм, как перспективный и один из основных в регионе, привлекающий туристов из других областей и зарубежных дружественных стран. Дальнейшими этапами развития промышленного туризма будут: разработка маршрутов и экскурсий, которые будут доступны для всех, создание безопасной и функциональной инфраструктуры для туристов и сотрудников на предприятиях, проведение мероприятий в природных экологических зонах.

Литература и источники

1. Рассохина, Т. В. Системная оптимизация функционирования корпоративных структур в туристской индустрии на основе ESG-трансформации / Т. В. Рассохина – Сервис в России и за рубежом, 2022. – Т.16, № 5. – С. 30-37.

2. ESG-трансформация как вектор устойчивого развития: В трех томах. Том 2 / Под общ. ред. К. Е. Турбиной и И. Ю. Юргенса. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2022. – 650 с.

3. ESG в городах: трансформация жизненной среды под влиянием "зеленой" повестки. [Электронный ресурс]. – режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/20411917>, свободный (дата обращения: 30.04.2024).

4. Суворова, И. Н. Перспективы ESG – трансформации гостиничного бизнеса РФ в рамках системы классификации гостиниц / И. В. Суворова, Н. И. Ковалёва, А. Е. Фирсова, Н. А. Воробьева // Современные технологии управления, 2023 – С. 1-7.

5. Снижение зависимости Кузбасса от угля. Новые проекты в Кемерово и Коми. [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/09/07/2021/60e6d4559a7947efac5e2560>, свободный (дата обращения: 01.05.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Сурцева А.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 336.1

НООСФЕРНЫЙ ВЗГЛЯД НА УПРАВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННЫМИ ГОРОДАМИ

Ильченко П.В., Гулькина Д.В.

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»,
Волжский политехнический институт (филиал)
bloodcat@yandex.ru, darya.gulkova@mail.ru

***Аннотация.** Поиск новых подходов в определении путей развития экономики промышленных городов всегда находился в центре внимания ученых. В исследованиях В.И. Вернадского обосновывается усиление эмпирических взглядов на процессы, протекающие в социально-экономической сфере городов. Показан алгоритм действия городских властей по развитию инвестиционного потенциала, привлечению капиталов в городскую инфраструктуру, обеспечению «точек экономического роста», условий для раскрытия человеческого потенциала. В условиях развития информационных технологий, использования искусственного интеллекта все более важным становится обращение к личности, созданию условий для благополучной жизни.*

***Ключевые слова:** ноосферный подход, личность, промышленный город, инвестиции, цифровая экономика.*

О важности междисциплинарных научных исследований в определении перспектив ноосферного развития городов писал один из основателей неклассической науки В. И. Вернадский. Он считал, что ноосферный подход позволяет использовать «беспрецедентный технологический прогресс» в обеспечении «достойного качества жизни и развития личности» [1]. Стремление человека жить в безопасной среде с множеством разноплановых функций, не является чем-то уникальным, а наоборот, приобретает все большее «обыденное звучание». Выбор управленческого инструмента для проектирования городов определяется устремлениями местных элит, трендами в развитии глобальной экономики [2,3]. В российской типологии выделяется группа *промышленных городов* с относительно высоким уровнем валового внутреннего продукта, особым менталитетом жителей, связывающих свое благополучие с работой на предприятиях. Городское поселение – город Волжский (Волгоградская область) входит в число промышленных городов и имеет достаточно высокий уровень развития инвестиционного потенциала. Численность трудоспособного

населения города в 2023 году составила – 192 тыс. чел. (58 %), среднемесячная заработная плата работников промышленных предприятий – 59 434 рубля (рисунок 1).

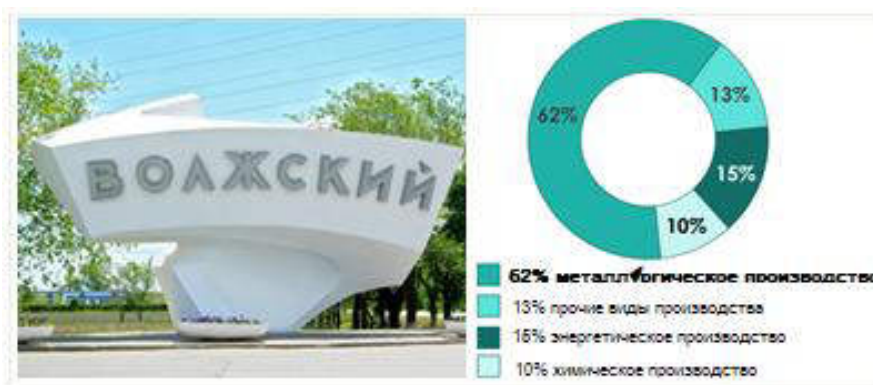
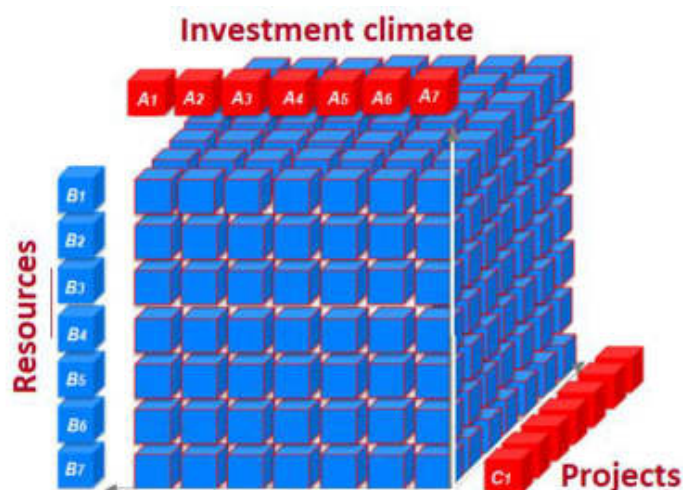


Рисунок 1 – Основные сектора промышленного производства городского поселения – города Волжского Волгоградской области

В статистическом регистре города числится 664 производственных предприятий, из которых 44 относятся к металлургической, машиностроительной, химической и энергетической отраслям. Полным ходом идет реализация крупных инвестиционных проектов, в числе которых: модернизация Волжского трубного завода, филиала ПАО «Русгидро» - «Волжская ГЭС», автобусного предприятия «Волгабас Волжский»; запуск линии по выпуску многослойных труб на ПК «ДИА», плоского нержавеющей профиля на ООО «РНК», ввод в эксплуатацию новых мощностей на консервном комбинате «Ахтуба». За прошедшие годы объем инвестиций в основной капитал по промышленному сектору экономики достиг объема – 28,5 млрд. руб. При анализе инвестиционного потенциала города были выделены следующие конкурентные преимущества: развитые транспортные коммуникации, соединяющие Центр России с Казахстаном, республиками Средней Азии, Закавказьем, функционирующие речной порт с пассажирским и грузовым терминалами и железнодорожный узел на левом берегу Волги, достаточно развитая инженерная инфраструктура, у которой уровень электроснабжения достиг – 100 %, уровень холодного водоснабжения – 100 %, а также высококвалифицированные кадры с технической подготовкой. Определить уровень конкурентных сил промышленно-инвестиционного и экономического потенциалов города Волжского можно с помощью трехмерной матрицы: инвестиции – решения – результат. Каждая проектная цель представлена: ресурсами, институциональными основаниями, инвестиционными разработками (рисунок 2) [2].



<i>Ресурсы</i>	<i>Климат</i>
В ₁ – Рынки	А ₁ – Пространственное развитие
В ₂ – Институты власти	А ₂ – Инвестиционное развитие
В ₃ – Человеческий капитал	А ₃ – Многопрофильная экономика
В ₄ – Информация	А ₄ – Развитие информационного обслуживания
В ₅ – Ресурсы	А ₅ – Поддержка промышленных предприятий
В ₆ – Территория	А ₆ – Развитие ЖКХ
В ₇ – Инвестиции	А ₇ – Развитие транспорта
<i>Проекты</i>	
С ₁ – Промышленность	
С ₂ – Жилищное строительство	
С ₃ – Инфраструктура города	
С ₄ – МСП	
С ₅ – Интернет, связь	

Рисунок 2 – Матрица трехмерной проекции развития промышленного города

В число мер региональной и муниципальной поддержки инвесторов включены: подбор инвестиционных площадок, помощь в оформлении разрешительной документации на объекты инфраструктуры, получение льгот по уплате земельного налога на участки строительства, предоставление государственных гарантий в кредитные организации, оказание консультационной и экспертной поддержки в сфере проектного инжиниринга и внешнеэкономической деятельности. Работа властей города по развитию инвестиционного потенциала позволила создать интерактивную карту инвестиционных площадок и проектов (рисунок 3).

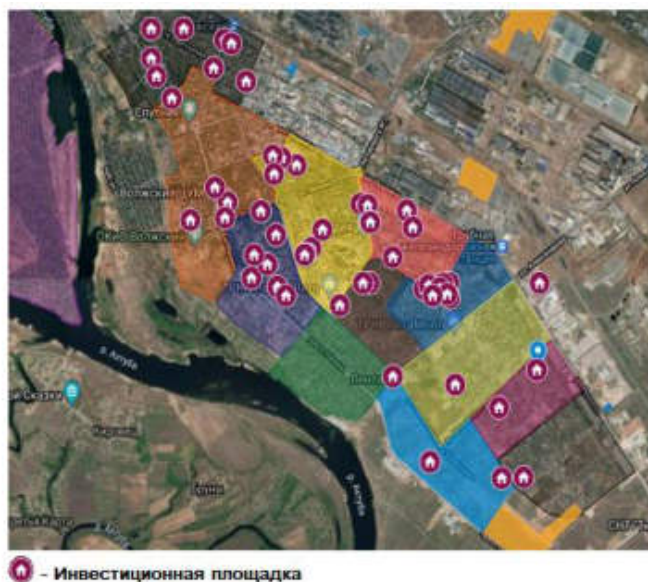


Рисунок 3 – Интерактивная карта города Волжского с отображением инвестиционных площадок

Развивая ноосферный подход, Администрация города Волжского приняла постановление о переходе к устойчивому экономическому развитию, экологическому оздоровлению под девизом: «Волжский – ноосферный город» [4]. Научным и практическим результатом реализации данной концепции станет социально ориентированный город, удовлетворяющий потребностям живущих в нем людей, а вектором должен стать выбор модели «Smart City»,

которая включает: системы видеонаблюдения, интеллектуальные транспортные потоки, беспилотные автомобили, широкополосный доступ в Интернет (5G), виртуальная реальность [5]. В. И. Вернадский писал, что «величайшие движения научной мысли неизбежно отражаются на всей духовной структуре общества», позволяют населению промышленных городов иметь достойный уровень жизни [1, 241с].

Литература и источники

1. Вернадский, В.И. Избранные труды по истории науки / Издательство Наука, 1981. – 360 с.
2. Медведева, Л.Н. Концепт-стратегия «зеленых городов» на базе промышленно развитых средних (монография) / Волгоград: Издательство ООО «Крутон», 2015. – 256 с.
3. Melikhov, V. Green Technologies: The Basis for Integration and Clustering of Subjects at the Regional Level of Economy / Integration and Clustering for Sustainable Economic Growth. 2017. pp. 365-382.
4. Постановление от 19.10.2015 г № 6979 Об утверждении концепции «Волжский — ноосферный город» на 2015- 2018 годы [Электронный ресурс]. – URL: <https://vlg.gov.ru/doc/86786> (дата обращения 22.04.2024).
5. «Смарт Сити» как новый драйвер развития российских городов. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.myshared.ru/slide/1011696/> (дата обращения 11.02.2024).

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Медведева Л.Н., ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», Волжский политехнический институт (филиал)

УДК 336.7, 502/504

ВЛИЯНИЕ ДОБЫЧИ КРИПТОВАЛЮТ НА СОСТОЯНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Комкова З.С.

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Аннотация. В статье приводится понятие криптовалют и цифровых валют. На примере показателей системы Bitcoin исследуются объемы потребления электроэнергии в сфере майнинга криптовалют за период с 2016 до 2024 года. Делается вывод о зависимости объемов выбросов парниковых газов в атмосферу Земли от объемов добычи криптовалют и о влиянии экологических факторов на качество жизни людей.

Ключевые слова: криптовалюта, биткоин, выбросы парниковых газов, глобальные проблемы, экологическая безопасность.

Согласно определению, предложенному Центральным Банком Российской Федерации, криптовалютами называются «децентрализованные виртуальные валюты, основанные на математических алгоритмах и защищенные методами криптографии, работающие в децентрализованной платежной системе» [1]. Криптовалюта является цифровой валютой и не является ни безналичным денежным средством, ни цифровым рублем, но, согласно части 3 статьи 1 Федерального закона от 31.07.2020 N 259-ФЗ, представляет собой совокупность электронных данных (цифрового кода или обозначения), содержащихся в информационной системе [2]. Криптовалюта не привязана к физическому резерву, находится исключительно в online пространстве, а ее курс зависит от баланса спроса и предложения: когда спрос на

криптовалюты повышается, то курс растет, и наоборот - при снижении спроса курс криптовалюты падает. Такого рода электронные данные могут выполнять роль инвестиционного актива, или средства платежа (в пределах представляющих такое право электронных платформ), но не являются при этом денежной или расчетной единицей [3]. Это значит, что их можно использовать для покупки или продажи различного рода товаров и услуг, хранения активов и инвестирования (например, посредством приобретения при падении курса и продажи при повышении) [4]. Безопасность инвестирования в такого рода инвестиционный актив обеспечивается тем, что цифровые валюты с одной стороны защищены от подделки и дублирования, а с другой - количество единиц и эмиссия таких валют строго ограничены. Например, в первой и самой популярной пиринговой платёжной системе, использующей одноименную единицу учета операций - Bitcoin (BTC) максимальное количество составляет 21 млн монет [5].

Добыча криптовалюты называется майнинг, суть которого заключается в вычислении криптографической подписи блока по специальному алгоритму. Согласно выводам экспертов, Россия занимает третье место в мире по объему мировых майнинговых мощностей [6]. Вместе с тем указанная деятельность пока не получила законодательного регулирования, хотя процесс добычи требует значительных затрат электроэнергии, что сопровождается высоким уровнем выбросов парниковых газов в атмосферу Земли.

На текущий момент учеными не выработан единый подход к оценке углеродного следа, появляющегося в результате добычи криптовалют. Однако, все они считают, что добыча криптовалют наносит серьезный урон окружающей среде. В течение 2018 года вычислительная мощность крипто ферм увеличилась более чем в 4 раза, что соответственно увеличило потребление ими электроэнергии. На рисунке 1 представлен график потребления электроэнергии системы Bitcoin за период с ноября 2016 по январь 2024 года.

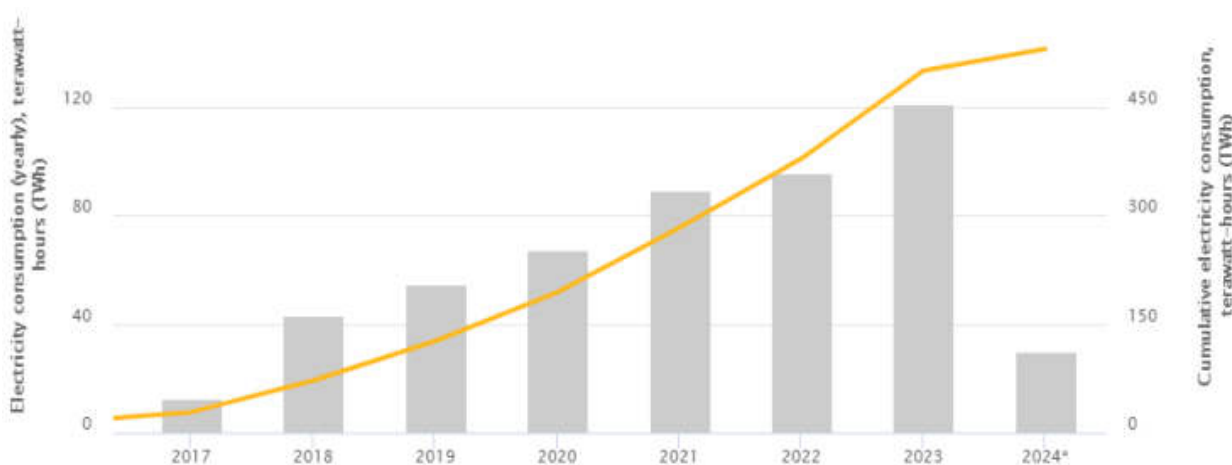


Рисунок 1 – Потребление электроэнергии системой Bitcoin с ноября 2016 по январь 2024 года [7]

Исходя из представленных на рисунке 1 данных видно, что за рассмотренный период времени потребление электроэнергии росло экспоненциально (постоянно увеличивалось). При этом, например, в России электроэнергетика является одной из лидирующих отраслей по объемам выбросов парниковых газов в атмосферу. Производство 1 кВт-ч электроэнергии сопровождается в среднем выделением 510-520 г углекислого газа [8]. Это значит, что за 2023 год на потребности сети Bitcoin был затрачен объем электроэнергии, производство которого привело к выбросу в атмосферу 61,2 млн т CO₂. Для переработки такого объема углекислого газа сосновому лесу, занимающему площадь примерно равную Парагваю, потребуется не меньше года.

Стоит отметить, что в целях достижения общемировой углеродной нейтральности к 2035 году углеродоемкость энергетической сферы должна быть снижена более чем в 3 раза до 140 г. углекислого газа на 1 кВт-ч [9].

Поскольку между качеством жизни и показателями загрязнения воздуха есть прямая зависимость, а также в связи с тем, что климатические показатели прямо влияют на уровень жизни людей [10], перед электроэнергетикой России и мира стоит не абстрактная, а вполне реальная задача снижения углеродоемкости производства, вне зависимости от того, для каких целей производится электроэнергия.

Литература и источники

1. Цифровой рубль: Доклад для общественных консультаций. (октябрь 2020 года) утв. Банком России // ГАРАНТ : справ.-правовая система. – Режим доступа: по подписке.

2. О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : Федеральный закон от 31.07.2020 N 259-ФЗ (ред. от 04.08.2023) // ГАРАНТ : справ.-правовая система. – Режим доступа: по подписке.

3. Миляев, К.В. Роль крауд-сервисов и пирингового кредитования в развитии венчурной экосистемы России / К. В. Миляев, О. А. Жданова // Аудитор. – 2016. – Т. 2, № 8. – С. 48-53. – DOI 10.12737/21062.

4. Vershinina A.A., Goryainova L.V., Zhdanova O.A., Maksimova T.P. State of the investment fund market of as an indicator of the country's socio-economic development // Journal of Internet Banking and Commerce. – 2016. – Vol. 21, No. S3. – P. 9.

5. Что такое криптовалюта и как она работает? Отличительные черты, принцип обращения, плюсы и минусы// Образовательная платформа "Майнинг Криптовалюты". – 2018. – 21. – Января. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://mining-cryptocurrency.ru/chto-takoe-kriptovalyuta/> (дата обращения 09.05.2024).

6. Концепция законодательного регламентирования механизмов организации оборота цифровых валют: Правительство Российской Федерации (8 февраля 2022 года) // ГАРАНТ : справ.-правовая система. – Режим доступа: по подписке.

7. Cambridge Bitcoin Electricity Consumption Index // Cambridge Centre for Alternative Finance [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://ccaf.io/cbnsi/cbeci> (дата обращения 11.03.2024).

8. Вавина, Е. Углеродный след российской электроэнергетики может в 3,5 раза превысить средний по миру / Е. Вавина // Сетевое издание Ведомости (Vedomosti) [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2019/09/04/810498-uglerodnii> (дата обращения 11.03.2024).

9. Любимова, Н.Г. Пути достижения «углеродной нейтральности» в российской электроэнергетике / Н. Г. Любимова // Вестник ГУУ. 2022. №1. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-dostizheniya-uglerodnoy-neytralnosti-v-grossiyskoj-elektroenergetike> (дата обращения: 11.03.2024).

10. Зацарная, Н. А. Критерии определения влияния экологических факторов на уровень жизни и налоговые инструменты управления ими / Н. А. Зацарная // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования : материалы Международной научно-практической конференции, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: ООО "Филигрань", 2020. – С. 225-231.

Научный руководитель – Зацарная Н.А., ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

УДК 332.145

ESG-ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ПОДДЕРЖАНИЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Литвинко Д.К.

Белорусский национальный технический университет
dianalitivinko13@gmail.com

Аннотация. Новые экологические стандарты, повсеместный переход к устойчивому развитию и глобальная цифровая трансформация требуют от сферы производства соответствующих изменений. ESG-трансформация промышленного предприятия является результатом инновационного развития социально-экономической деятельности хозяйствующих субъектов. Данные изменения несут в себе как угрозы, так и возможности для поддержания экономической безопасности промышленного предприятия. Важно понимать, что не все предприятия готовы к принципам и методам, которые включает в себе ESG-трансформация. Для роста и развития, предприятиям промышленности необходимо разработать стратегический план и подготовить все бизнес-процессы к новым условиям дальнейших перспектив развития экономики.

Ключевые слова: ESG-трансформация, окружающая среда, экономическая безопасность, предприятие, технологии.

Концепция ESG-трансформации (англ. environmental, social, governance) имеет непосредственное отношение к теории устойчивого развития и подразумевает ответственное отношение к окружающей среде (Environment), соблюдение социальной ответственности (Social), высокое качество корпоративного управления (Governance) [1., с 46].

К факторам концепции ESG-трансформации в рамках промышленного предприятия относятся:

1. E-факторы:

- Загрязнение атмосферы, литосферы и гидросферы выбросами промышленных предприятий, накопление промышленных отходов;
- Техногенное загрязнение территории в результате добычи и переработки необходимых для производства ресурсов;
- Истощение и загрязнение почвы, поверхностных и подземных водных источников, прилегающих к территории промышленного предприятия;
- Не рациональная добыча ресурсов и отсутствие их полного полезного использования;

2. S- факторы:

- Охрана труда и здоровья работников предприятия, промышленная безопасность;
- Социально-ориентированная деятельность предприятий перед работниками и общественностью;
- Ответственное отношение к контрагентам;

3. G-факторы:

- Регламентирование процедур, бизнес-процессов и их функциональной интеграции, оптимальное и четкое распределение полномочий и ответственности;
- Лоббирование и коррупция;
- Прозрачность и эффективность структуры управления предприятием;
- Эффективная система менеджмента качества.

Все факторы стратегии ESG-трансформации комплексны и оказывают влияние друг на друга. Достижимость реализации данной стратегии в первую очередь лежит в осознании и принятии полной ответственности за последствия производства продукции.

Негативное воздействие производства на окружающую среду и иррациональное использование ресурсов оказывают влияние не только на глобальные сферы жизни общества, но и несут в себе потенциальные угрозы экономической безопасности промышленных предприятий. На данном этапе развития, социальная сфера отличается интенсификацией потребления, в виду чего предприятия отвечают на спрос и наращивают производство продукции. Экономия отдельных предприятий на реинжиниринге бизнес-процессов и освоении современных экологических технологий, приведет к уменьшению и так ограниченного числа экономических ресурсов. В долгосрочной перспективе для предприятия это означает повышение себестоимости продукции при снижении ее качества, что отразится на экономической безопасности, а именно потерей предприятием конкурентоспособности на рынке. Помимо этого, в виду новых экологических норм производства, предприятия промышленности обязаны производить платежи за загрязнение окружающей среды, неся дополнительные издержки соизмеримые со степенью загрязнения.

Отсутствие современного экологического оборудования и освоения новых технологий производства, прежде чем нанести вред окружающей среде в глобальном значении, окажут негативное влияние на здоровье сотрудников предприятия. Современные технологии, в частности промышленной сферы, это не только про эффективность, но и безопасность. Наличие современных установок с пониженной вибрацией, шумом, выбросом вредных веществ, а также дополнительной защитой от несчастных случаев в результате деятельности позволит обеспечить наиболее безопасную и благоприятную среду рабочей зоны. Это снизит затраты производства понесённые на оплату диагностики и лечения профессиональных заболеваний ввиду несовершенства технологического оборудования, позволит привлечь высококлассных специалистов и обеспечить длительное сотрудничество с уже имеющимися. Помимо улучшения технических характеристик, так же важно само положение сотрудников на предприятии. При формировании благоприятной рабочей среды, уважительного и толерантного отношения к членам коллектива, лояльности к работодателю, у сотрудников появляется заинтересованность в устойчивом развитии предприятия, что повысит эффективность работы, тем самым улучшит ее кадровую безопасность.

ESG-трансформация на данном моменте на стадии перехода от возможности к необходимости для обеспечения эффективной и прибыльной деятельности предприятия. Согласно исследованию «Вес эффективного совета директоров в стоимости компании: оценка глобальных инвесторов. Вызовы 2022 года», проведенному CGI Russia совместно с Korn Ferry в январе 2022 года компании, серьезно относящиеся к ESG, показывают лучшие финансовые результаты и демонстрируют более устойчивое развитие в среднесрочной перспективе [2, с. 9]. Исходя из этого, 83 % инвесторов указали, что ESG - один из важных параметров оценки. Остальные 17 % заявили, что пока ESG не сильно влияет на оценку компании. 44 % инвесторов придают весу ESG в оценке от 10 до 30 %, 11 % инвесторов – 50 % и более. Среди портфельных управляющих, озвучивших веса, вес ESG-факторов в среднем составляет 25 % [3]. В связи с этим ESG – важный компонент стратегического планирования по управлению рисками предприятий промышленности, обеспечивающий соответствие ожиданиям потребителей, инвесторов и регулирующих органов.

В итоге, предприятия в любом случае понесут экологические издержки, однако затраты на разработку инновационных методов производства, не только снизят риски, связанные с нанесением вреда окружающей среде и обязанностью нести за это ответственность, но и позволят оставаться на современном уровне технологического и социально-экономического развития. Своевременное реагирование на инновационное развитие позволит предприятию поддерживать конкурентоспособность, улучшить имидж в глазах потенциальных покупателей и инвесторов, разработать и реализовать новые проекты благодаря обеспеченности современными технологиями и инструментами.

Литература и источники

1. Morozov, M. A. ESG transformation of enterprises as an innovative trend in the context of digitalization and the new normal / M. A. Morozov, N. S. Morozova // *Espacios*. – 2022. – Vol. 43, No. 08. – P. 45-55. – DOI 10.48082/espacios-a22v43n08p05. – EDN SZWVNM.
2. ESG 2022: актуальные риски и новые возможности для устойчивого развития компании // CGI RUSSIA URL: <https://cgi-russia.ru/researches/esg-2022-current-risks-and-new-opportunities/> (дата обращения: 09.05.2024).
3. Вес эффективного совета директоров в стоимости компании: оценка глобальных инвесторов. Вызовы 2022 года // CGI RUSSIA URL: <https://cgi-russia.ru/researches/independent-diversified-and-esg-focused-board-of-directors-augments-company-value-as-cgi-russia-korn-ferry-research-demonstrates/> (дата обращения: 09.05.2024).

Научный руководитель – преподаватель Лебедева К.О., Белорусский национальный технический университет

УДК 658

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ X5 GROUP

Лукьянова А.Д., Тынянкина Е.С.

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
adlukianova@yandex.ru, elizaveta.tyniankina@gmail.com

Аннотация. В данной статье мы рассмотрим инновационные проекты, реализуемые X5 Group - одним из крупнейших ритейлеров в России. Основной упор в исследовании делается на внедрение новейших технологий и стратегий компанией для создания уникальных клиентских опытов, оптимизации бизнес-процессов и наращивания конкурентных преимуществ. Наша цель состоит в анализе вклада инноваций в развитие X5 Group и выявлении ключевых факторов, способствующих успешной реализации инновационных проектов.

Ключевые слова: инновационные проекты, новейшие технологии, стратегия развития, компания X5 Group, реализация инновационных проектов.

На данный момент внедрение инноваций стало одним из самых популярных направлений в бизнесе. Многие российские компании разрабатывают инновационные проекты и реализуют их на рынке. Реализация такой инновационной деятельности возможна благодаря воплощению в жизнь одного или нескольких инновационных проектов. Инновационный проект представляет собой некий проект, который включает в себя комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных и других мероприятий, направленных на создание, производство и продвижение инновационной продукции. Важно отметить, что инновационные проекты обычно обладают рядом характерных особенностей. Важно отметить, что уникальность и новаторство являются ключевыми моментами при разработке и внедрении инновационных идей. Необходимо учитывать, что несколько нестандартный подход к решению проблем и разработке новых продуктов помогают выделиться на рынке и привлечь внимание потенциальных инвесторов. Глубокий анализ особенностей инновационных проектов позволяет эффективно управлять финансовыми рисками и достигать поставленных целей.

Компания X5 Group является одной из лидирующих компаний в сфере торговли. На ее примере можно проследить различные экономические тенденции, в том числе и

многообразие инновационных проектов, которые внедряет и разрабатывает компания. Таким образом, настоящий гигант торговли, X5 Group выделяется своим уникальным подходом к развитию и инновационными стратегиями, которые помогают укрепить лидерские позиции на рынке. Неоспоримый профессионализм и стремление к совершенству делают компанию непревзойденным игроком в индустрии розничной торговли. Будьте уверены, что с X5 Group ваше путешествие по миру качественных товаров и отличного сервиса будет незабываемым и насыщенным.

В данном случае можно разобрать ряд инновационных проектов, которые на сегодняшний день успешно функционируют. Первым таким проектом – это было внедрение «Цифровой кассир» X5 в магазин «Пятерочка». В данном случае в таких магазинах появились кассы самообслуживания, которые полностью были разработаны в лаборатории X5. Насчитывается около 14 000 тыс. единиц, которые уже работают в магазинах «Пятерочка». При внедрении данного проекта его оценка покупателями составила 4,8 из 5. Этой оценке поспособствовали быстрота работы технического сценария на кассе и уменьшение трафика очередей. Потенциальные клиенты были очень рады данному совершенству, так как каждый легко может разобраться в системе и потратить мало времени на обслуживание, в среднем на это уходит коло 44 секунд. Но при таком инновационном проекте сократился рабочий персонал магазина, таким образом магазины не нуждались в большом количестве кассиров, ведь их функции практически полностью заменили автоматы касс самообслуживания. Если рассматривать заработанную плату кассиров в целом, то до внедрения «Цифровой кассир» сумма составляла около 30 тыс. руб. до вычета НДФЛ и по сей день, данная цифра, не сильно изменилась. В таком случае, данный проект направлен на магазины в целом для их дальнейшего удобного функционирования.

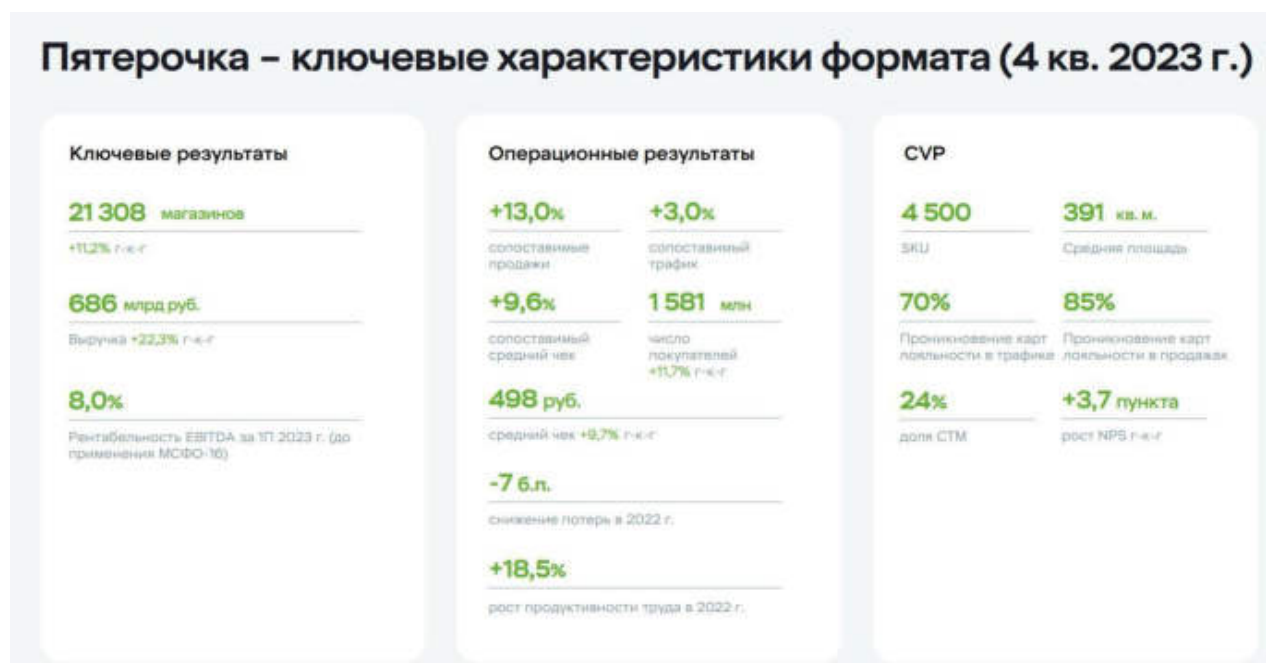


Рисунок 1 – Ключевые характеристики магазина Пятерочка за 4 квартал 2023 года с учетом внедрения «Цифровой кассир»

Источник: составлено авторами по данным сайта X5 Group

Также следует рассмотреть инновационный проект X5 Group, который направлен напрямую на покупателей. Оплата лицом – это новейший способ платежа в магазинах X5, который реализуется с помощью биометрических данных. Данная работы была совместна проделана лабораторией компании и ПАО «Сбербанк». Теперь клиентам магазина не требуется иметь с собой банковскую карту, наличные средства или телефон для оплаты

своих покупок, все стало намного проще – автомат считывает биометрические данные и с привязанной банковской карты списываются денежные средства. Сбор биометрических данных клиентов осуществляется на стороне ПАО «Сбербанк» при наличии согласия на обработку данных. Данная операция осуществляется через кассы самообслуживания «Цифровой кассир». Для такого вида оплаты используется встроенная видеочамера, которая с точностью распознает личность. Если рассматривать финансовую отчетность компании за 2022 год выручка составила - 560 440 млн. руб., сам проект был запущен 2 августа 2023 года и к концу 2023 года, мы можем наблюдать выручку магазина «Пятерочка» в размере 639 516 млн. руб. В данном случае компания удерживает лидирующую позицию на рынке и внедряя программы по инновационной деятельности получает достойные финансовые результаты.

Контроль и прогнозирование очередей – это еще один инновационный проект X5. В условиях постоянных очередей в магазинах, а именно в час-пик, достаточно верное решение было для установки такого инновационного проекта. Система предотвращения очередей за счет оперативного прогнозирования количества покупателей и своевременного открытия дополнительных касс. Пользуясь математической моделью, система может делать прогнозы на основе оперативных данных о входящем трафике в магазине и информации о чеках с кассового узла. Прогнозы очереди строятся на интервале от 5 до 15 минут вперед и автоматически подключаются к системе звукового оповещения магазина. Это позволяет своевременно информировать кассиров о необходимости открыть дополнительные кассы заранее. Такой проект был реализован в сети магазина «Перекресток», пилотное решение запланировано в 36 точках, а также в дальнейшем планируется расширение по всей торговой сети. Можно говорить, что такое решение во многом упрощает деятельность магазина и сокращает время очередей, что положительно сказывается на клиентском потоке.

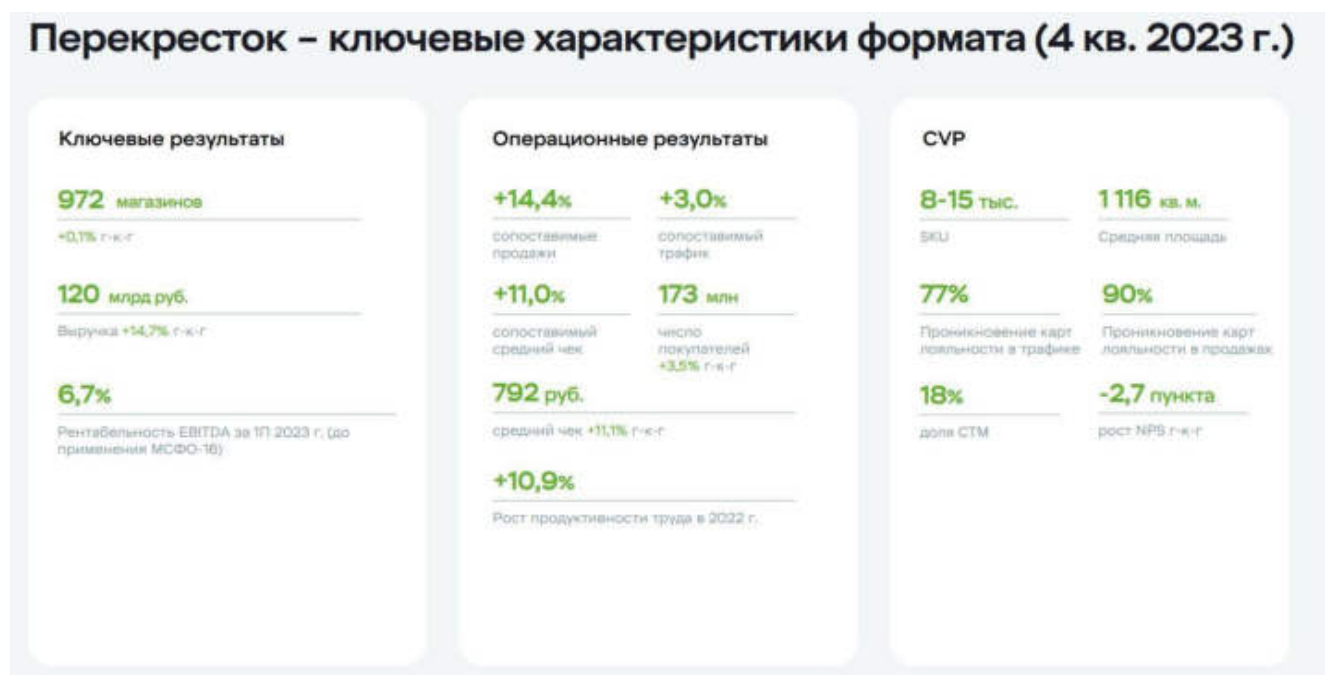


Рисунок 2 – Ключевые характеристики магазина «Перекресток» после внедрения прогнозирования очередей

Источник: составлено авторами по данным сайта X5 Group

Один из самых масштабных инновационных проектов – это VR- Обучение. Впервые на российском рынке было проведено обширное тестирование технологии виртуальной реальности (VR) в обучении сотрудников торговых точек. Пилотный проект охватил 97 супермаркетов, расположенных в разных регионах торговой сети «Перекресток», а также 3

гипермаркета «Карусель». После успешного завершения пилотного проекта, 846 действующих супермаркетов сети «Перекресток» будут переведены на новую форму обучения, в которую уже войдет технология виртуальной реальности. Этот инновационный подход будет стандартом при открытии новых торговых точек. Для обучения сотрудников X5 приобрела 1000 очков VR, необходимые платформы управления и соответствующие лицензии. В процессе индивидуальных тренировок, воспользовавшись VR-гарнитурой Oculus Go, сотрудник переживает виртуальный опыт взаимодействия с клиентом за прилавком. Обучающий курс разделен на 6 блоков: «Мясная гастрономия», «Молочная гастрономия», «Собственное производство» и др. В процессе индивидуальных тренировок, используя VR-гарнитуру Oculus Go, сотрудник преодолевает виртуальный опыт взаимодействия с клиентом за прилавком. Обучающий курс разделен на 6 блоков, каждый из которых включает в себя три этапа:

- В начале прохождения учебного модуля необходимо точно воспроизвести скрипт общения с покупателем, при этом сопровождаясь подсказками системы;

- На следующем этапе требуется провести тот же диалог, но уже использовать ключевые слова, контролируемые правильностью произношения при помощи Yandex Speech Kit;

- В завершении сотрудник должен помочь покупателю выбрать товар, проявив новые навыки и не полагаясь на подсказки системы. Таким образом, сотрудники формируют устойчивые умения в эффективном общении с клиентами и развивают глубокое понимание продукции. Подтверждаются гипотезы о росте показателей РТО, LFL-трафика и LFL-продаж в магазинах, где была использована технология виртуальной реальности для обучения персонала, по сравнению с традиционными методами (лекции и тесты на компьютере). Благодаря внедрению данной технологии удалось сократить затраты времени и денег на обучение персонала в розничной торговле.

В таком огромном и неоднозначном мире ритейла и послепродажного обсуждения одним из интересных решений было представить пользователям автоматизированный подход по распознаванию товаров на полках, впервые такой проект представила компания Intelligence Retail – она же является резидентом Центра инновации X5 Retail group.

Выделяя его преимущества:

1. Обеспечивает возможность проведения всестороннего анализа размещения товаров. Это удобно как для покупателей, так и для тех сотрудников, которые следят за залом.

2. Возможность смотреть за состоянием товаров на полке, просматривать полный ассортимент, выбирать разных производителей, вводить акционные товары в специальном особом поиске. Для этого даже разработали специальную технологию компьютерного зрения Image Recognition.

Постоянное стремление к новым инновациям и идеям, несомненно позволяет X5 GROUP оставаться лидером на рынке продуктового ритейла. В 2017 году компания уже стала ключевым игроком на рынке, хотя в то время конкуренция стала более острой.

Еще одно из интересных «открытий» сервис GoCargo – онлайн-сервис для того, чтобы отслеживать грузоперевозки, он обеспечивает практически 20% всех поставок компании, данное приложение базируется на основе Big Data.

Эти инновационные разработки не остались незамеченными и стали использовать в таких крупных гипермаркетах, как «Ашан» и «Лента».

Еще одно из самых ярких событий в деятельности компании – создание приложения «Vprok.ru». Оно позволило большинству пользователей не только экономить время, но и получать уведомления о интересных акциях в магазинах, эксклюзивную возможность заказывать линейку здоровой продукции «Зеленая линия», а также позволило объединить систему лояльности по всем магазинам в одном приложении. Такой стратегический ход позволил увеличить доступность продукции для потребителей, и еще укрепить свои позиции на рынке розничной торговли.

На почве создания данного приложения X5 Group заключает крупнейшие договора с сервисами доставки продуктов и еды – Яндекс.еда, Яндекс.Лавка, Delivery club.

Маркетологам удалось увеличить целевую аудиторию, повысить оборачиваемость заказов в день, а также привлечь внимание любителей «экономить время».

ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКА

Обзор бизнес-модели



Ключевые операционные показатели за 4 кв. 2023 г.

GMV	37,9 млрд руб.
Заказов в день	258,6 тыс.
Средний чек	1 572 руб.
Магазинов	8 515
Время доставки	50–60 мин
Количество SKUв заказе	12–14
Ассортимент магазина	>5 000 SKU
Стоимость доставки	Фиксированная часть 99 руб. (частично субсидируется X5) Бесплатная доставка для заказов свыше 1 700 руб. во всех регионах за исключением Москвы и Санкт-Петербурга
Сервисы доставки	СберМаркет, Delivery Club и Яндекс Еда
Количество регионов присутствия	69

Рисунок 3 – Обзор бизнес-модели по экспресс доставке от сервиса «Vprok.ru»

Источник: составлено авторами по данным сайта X5 Group

Выше мы произвели подробный анализ инновационных проектов в сфере ритейла от X5 group.

Из последних новинок можно отметить только проект «Перекресток – магазин будущего». Здесь была больше заинтересованно со стороны ОАО «РОСНАНО» и ОАО «РТИ», так как это был пилотный проект по магазину чья площадь торгового пространства 235м² и более богатым ассортиментом, чем в других магазинах.

Следует отметить, что компания находится в центре разработки стратегии Smart Data. Последние 5 лет инвесторы активно вкладывают денежные средства в прогностические модели, особенно в те, в которых использует ИИ и видео-аналитика. Автоматизация в обслуживании покупателей и аналитике ассортимента магазина выходит в топ потребностей нынешних обстоятельств. Недавний проект «Воронка Инноваций» строится на взаимной работе бизнеса, сотрудников и искусственного интеллекта. Этот проект реализуется при поддержке Фонда развития интернет-инноваций и инициатив.

Акселератор X5 предложил более 100 идей для стартапов в области продуктового ритейла. Все стартапы тщательно тестируются перед их реализацией и вводятся в разные магазины, которые включаются в группу X5, также компания проводит множество коуч-сессий для сотрудников и молодых предпринимателей.

Результаты работы акселератора за период 2017-2018 годов впечатляют: около 400 стартапов прошли через программу «Воронка инноваций», более 150 проектов были тщательно изучены, а 38 решений успешно прошли пилотное тестирование в X5 Retail Group.

В разнообразии проектов, компания X5 Retail Group продвигает инновации в различных областях, включая автоматизацию и роботизацию бизнес-процессов, логистику, управление персоналом, работу с недвижимостью и оборудованием. Сотрудничество с Томским

государственным университетом началось в 2016 году с заключения долгосрочного партнерского соглашения. Основной целью этого партнерства является интеграция образовательного, научного и инновационного потенциала. Основные направления включают подготовку и переподготовку кадров, а также реализацию научно-исследовательских и технико-внедренческих проектов.

Преимущества мультинаправленного подхода заключаются в максимальном использовании инновационного потенциала через проведение собственных исследований и разработок, а также путем установления партнерских отношений с другими заинтересованными сторонами. Это способствует повышению конкурентоспособности X5 Retail Group, позволяя компании стать лидером в области инноваций в сетевой торговле и укрепить свои позиции на российском рынке ритейла. В рамках активной инновационной деятельности X5 Retail Group, сотрудничество с Томским государственным университетом становится ярким примером успешного подхода к управлению инновациями. Компания использует мультинаправленный подход, который позволяет максимально реализовать свой потенциал и удерживать лидирующие позиции на рынке. Внедрение инновационных решений оптимизирует бизнес-процессы, улучшает качество обслуживания клиентов и способствует укреплению позиций компании. Исследование инновационных стратегий X5 Retail Group показывает, что инновации становятся ключевым фактором трансформации розничной торговли.

Компания активно внедряет моноканальные решения, автоматизированные технологии на складах, Big Data и AI-алгоритмы для персонализации рекомендаций и акций. Это позволяет не только расширить клиентскую базу, но и повысить эффективность операций и конкурентоспособность. Одноканальность, удобные мобильные приложения и системы самообслуживания создают комфортные условия для покупок, а данные о покупательских предпочтениях помогают предлагать релевантные товары и акции. Внедрение системы контроля качества "Своя марка" обеспечивает безопасность и свежесть продуктов, соответствуя запросам потребителей.

Инновации X5 Retail Group не только благоприятно влияют на общество, создавая новые рабочие места и способствуя развитию инфраструктуры, но и реализуют социальные проекты в сферах образования, здравоохранения и экологии. Будущее инноваций в X5 Retail Group связано с расширением применения AI-алгоритмов и IoT-решений для оптимизации различных аспектов бизнеса. X5 Retail Group не просто трансформирует свою бизнес-модель, она выступает как ведущий инноватор в российской розничной торговле и вдохновляет другие компании на развитие.

Литература и источники

1. Корпоративная социальная ответственность и социальное развитие предприятий: Учебное пособие / А. М. Бабич, А. А. Попков, О. Н. Слоботчиков, 2018. (1-2с)
2. Финансы устойчивого развития: В 2 книгах/ Е. В. Алтухова, А. А. Алиев, Э. А. Асяева [и др.]. Том Книга I. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Юнити-Дана", 2023. – 256 с.
3. Управление социальным развитием организации: Учебник / Н. Л. Захаров, А. Л. Кузнецов. – М.: ИНФРА-М, 2014. (243)- 256 с.
4. Сайт компании «X5 Group»: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.x5.ru/ru/> (Дата обращения 18.03.2024).

Научный руководитель – доц., канд. экон. наук., доц. Романченко О.В., ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

УДК 332.12

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ РОСТА ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ НА УВЕЛИЧЕНИЕ ЖИЛИЩНОГО ФОНДА В РЕГИОНАХ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Манохин И.С.

ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет»,
Чайковский филиал
manokhin_ivan@vk.com

***Аннотация.** В статье проведён анализ влияния увеличения доходов населения на рост объемов жилищного фонда в Российской Федерации и регионах Приволжского федерального округа (ПФО). Выявлена территориальная дифференциация динамики роста доходов и динамики объемов жилищного фонда в регионах ПФО. Продемонстрирован многократный рост доходов населения России и увеличение жилья в собственности граждан Российской Федерации и всех регионов ПФО. Продемонстрирована успешность проводимой органами государственного управления социально-экономической политики.*

***Ключевые слова:** реальные доходы населения, номинальные доходы, жилищный фонд, территориальная дифференциация, регионы России.*

Проблема роста доходов и повышения благосостояния населения является актуальной в связи с необходимостью оценки результатов социально-экономической политики органов власти Российской Федерации, направленной на улучшение условий жизнедеятельности граждан России, в том числе в сфере обеспеченности жильём.

Жильё относится к нефинансовому богатству населения и является основной средой его обитания. Владение собственностью в виде жилых помещений или аренда жилья является значимым условием для комфортной жизнедеятельности человека. Для приобретения жилья необходимы значительные суммы собственных или заёмных средств. Потребность в жилье заставляет человека искать источники дохода, для этого работать над повышением профессионализма с целью увеличения размеров заработной платы, предпринимательского дохода или социальных выплат, предоставляемых государством участникам жилищных программ. Как пишут И.И. Елисеева и М.В. Боченина, «потребность в приобретении жилья заставляет людей менять работу, место жительства, подрабатывать, изменять образ жизни» [1, с. 42].

Следует отметить, что политика Российского государства направлена на увеличение доходов, а также на улучшение качества жизни населения страны, в том числе за счёт роста площади жилых помещений, приходящихся на одного человека, увеличении объёмов жилищного фонда в стране и её регионах. Для этого государством предпринимаются меры, направленные на увеличение темпов жилищного строительства и создание институциональных условий, направленных на расширение возможностей приобретения жилья.

Проанализируем влияние роста среднедушевых номинальных и реальных денежных доходов на рост объёмов жилья в регионах ПФО на фоне среднероссийских показателей. Анализ и расчёты основываются на сборе, систематизации и сравнении данных Росстата, характеризующих рост доходов и увеличение темпов жилищного строительства в регионах Российской Федерации с разбивкой по федеральным округам [2].

Для анализа динамики доходов и увеличения объёмов жилья выбран временной интервал с 2000 по 2022 гг., являющийся периодом активного государственного строительства, укрепления суверенитета страны. В результате анализа статистических

данных за период с 2000 по 2022 гг. выявлено, что в Российской Федерации среднедушевые доходы выросли с 2281 до 44 937 тыс. руб. в месяц, то есть произошло увеличение доходов в 19,7 раза. В ПФО, насчитывающем в своём составе 14 регионов, среднедушевые денежные доходы увеличились в 20,5 раза – с 1726 до 35 467 тыс. руб. в месяц.

Лидером по темпам роста среднедушевых денежных доходов в ПФО является Нижегородская область. В ней среднедушевые доходы населения выросли с 1718 до 43 220 тыс. руб. в месяц. Прирост составил 41 502 тыс. руб. Произошло увеличение в 25,2 раза. Аутсайдером по темпам прироста рассматриваемого показателя является Самарская область, в которой среднедушевые денежные доходы населения выросли с 2605 до 37 055 тыс. руб. в месяц. Прирост составил 34 450 тыс. руб., то есть доходы увеличились всего в 14,2 раза. Анализ темпов роста среднедушевых денежных доходов позволил выявить снижение дифференциации доходов в регионах. Более быстрыми темпами доходы росли в регионах, имевших самые низкие значения рассматриваемого показателя в 2000 г.

Для повышения объективности анализа проведены расчёты роста реальных денежных доходов населения сравниваемых территорий (таблица 1).

Таблица 1 – Рост реальных денежных доходов населения за период с 2000 по 2022 гг., %

Территории	Рост реальных денежных доходов населения за период с 2000 по 2022 гг., %	Место в рейтинге
Российская Федерация	236,0	
Приволжский федеральный округ	250,2	
Республика Мордовия	369,1	1
Республика Татарстан	355,2	2
Оренбургская область	288,4	3
Чувашская Республика	281,9	4
Республика Башкортостан	274,0	5
Пензенская область	270,5	6
Кировская область	263,7	7
Саратовская область	261,1	8
Республика Марий Эл	250,3	9
Удмуртская Республика	226,6	10
Нижегородская область	214,5	11
Ульяновская область	200,9	12
Самарская область	199,6	13
Пермский край	149,7	14

Из данных, представленных в таблице 1, видно, что за исследуемый период с 2000 по 2022 гг. в Российской Федерации, ПФО и во всех без исключения регионах, входящих в его состав, наблюдался значительный рост реальных денежных доходов населения. Следует отметить, что реальные денежные доходы населения увеличивались неравномерно по сравниваемым территориям. В ПФО доходы увеличивались быстрее. Рост доходов зафиксирован в размере 250,2%. В регионах ПФО интервал роста реальных доходов населения варьировался от 149,7% в Пермском крае, что является худшим показателем, до 369,1 % в Республике Мордовия. Рост доходов привёл к тому, что сократился удельный вес трат населения на продукты питания (в процентном соотношении от суммы всех расходов). Благодаря этому у граждан России расширились возможности для создания накоплений, инвестиций в жилую недвижимость, как за счет собственных, так и за счет заёмных средств, что привело к росту спроса на жильё на вторичном и первичном рынке недвижимости.

Следует отметить, что Российская Федерация занимает огромную территорию, включающую различающиеся по условиям проживания и развитию жилищной сферы регионы. Различаются также рынки жилья регионов, входящих в один федеральный округ. Но во всех территориях, в контексте данной статьи, в Российской Федерации в целом, ПФО и во всех его республиках и областях, а также в Пермском крае увеличение доходов населения, как следствие спроса на жильё, привело к развитию строительной отрасли, росту объемов строительно-монтажных работ и суммарной площади жилищного фонда (таблица 2).

Таблица 2 – Анализ динамики жилищного фонда (общая площадь жилых помещений; млн кв. м.)

Территории	2000 г.	2022 г.	Прирост	
			Абс., млн кв. м	Отн., %
Российская Федерация	2787	4132	1345	48,3
Приволжский федеральный округ	596	848	252	42,3
Республика Татарстан	70	115	45	64,3
Республика Башкортостан	72	117	45	62,5
Самарская область	62	92	30	48,4
Чувашская Республика	25	36	11	44,0
Республика Марий Эл	14	20	6	42,9
Оренбургская область	40	56	16	40,0
Пензенская область	30	42	12	40,0
Саратовская область	55	75	20	36,4
Ульяновская область	28	38	10	35,7
Пермский край	52	69	17	32,7
Удмуртская Республика	28	37	9	32,1
Республика Мордовия	18	23	5	27,8
Нижегородская область	72	92	20	27,8
Кировская область	30	36	6	20,0

В результате анализа динамики жилищного фонда населения выявлено, что за период с 2000 по 2022 гг. в Российской Федерации этот показатель вырос с 2787 до 4 132 млн кв. м. на 1345 млн кв. м или на 48,3 %. За этот же период в Приволжском федеральном округе анализируемый показатель вырос с 596 до 848 млн кв. м, прирост составил 252 млн кв. м или 42,3%. В Пермском крае – с 52 до 69 млн кв. м, прирост составил 17 млн кв. м или 32,7 %.

Самые низкие показатели темпов прироста жилищного фонда зафиксированы в Кировской области – 20,0 %, а самые высокие в Республике Татарстан – 64,3 %.

Выводы. В Российской Федерации проводится эффективная государственная политика, направленная на рост благосостояния граждан страны. За период с 2000 г. произошел значительный рост номинальных и реальных располагаемых денежных доходов населения страны, федеральных округов и субъектов России, входящих в их состав.

На примере территорий ПФО продемонстрировано значительное увеличение доходов и выравнивание территориальной дифференциации доходов населения анализируемых территорий. Рост доходов населения стал причиной роста спроса на жильё на первичном и вторичном рынке. Это привело к увеличению предложения, как следствие, к росту объемов строительно-монтажных работ, увеличению суммарной площади жилищного фонда в Российской Федерации, ПФО и во всех его республиках и областях, удовлетворению потребности граждан в жилых помещениях.

Литература и источники

1. Елисеева, И. И. Спрос на рынке жилья и потребности россиян: эконометрический подход / И. И. Елисеева, М. В. Боченина. – DOI 10.37930/1990-9780-2022-4-74-41- 56 // Экономическое возрождение России. – 2022. – № 4(74). – С. 41–56. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50104425_43152291.pdf (дата обращения 01.05.2024).
2. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2023: Р32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2023. – 1126 с. – URL: [https://Статистические издания \(rosstat.gov.ru\)](https://Статистические издания (rosstat.gov.ru)) (дата обращения 01.05.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Фокин В.Я., ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», Чайковский филиал

УДК 338.3

ВНЕШНИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ КАК ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ АВТОМОБИЛЕЙ

Мануйлова С.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
smanuilova2020@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается готовность российских компаний-производителей автомобилей к импортозамещению западного оборудования, технологий и комплектующих, обусловленная развитием новых технологий и техники, поиском новых стран-импортёров автомобильного оборудования, комплектующих и самих автомобилей, а также поиском способов параллельного импорта автомобилей и их комплектующих; проанализированы плюсы и минусы собственного производства импортных автомобилей и их комплектующих или их закупки у новых стран-импортёров.

Ключевые слова: импортозамещение, технологии, страна-импортёр, компания, автомобиль, параллельный импорт.

2022 год начинается с негативных событий, связанных с началом СВО, и, как следствие, страны Запада, рассчитывая на несостоятельность российской экономики, накладывают на Россию некоторые ограничения, благодаря которым наша страна становится лидером по количеству введённых санкций за всю историю человечества. Такие ограничения затронули и автомобильную промышленность Российской Федерации, в которой собственное производство явно уступало западным технологиям и популярностью пользовались иномарки. Но, к счастью, для нас и, к сожалению, для стран Запада Россия находит выход из печального положения: развивается собственное производство ушедших с рынка автомобилей и укрепляются отношения с Китаем.

Рассмотрим, какие иностранные автомобили удалось заменить в России, а какие пришлось всё-таки закупать и как это отразилось на экономике.

Больше всего граждан нашей страны волновал уход с рынка многих импортных автомобилей: BMW, Mercedes – Benz, Hyundai, Renault, Nissan, Infiniti, General Motors (Chevrolet, Cadillac и Chrysler), Ford, Toyota и Lexus.

Запреты и санкции на импорт товаров Запада в 2022 году в автомобильной промышленности привели к необходимости производить отечественные аналоги и искать новые связи в виде отношений с другими странами для замены продукции по параллельному

импорту или импорт их продукции, которую пока не в силах быстро заменить российские производители.

Как известно, в России осуществлялось производство автомобилей в основном под марками Lada, «УАЗ», «ГАЗ». Но в 2022 году производство отечественных автомобилей сократилось из-за запрета на ввоз из европейских стран комплектующих для автомобилей, так как своя технология и техника для производства деталей у нас отсутствовала.

Достигнув минимальной точки в новейшей истории, российский автомобильный рынок возродился и быстрыми темпами начал наращивать свою мощь. Место европейских, американских и японских марок занял Китай.

Российский авторынок сильно ускоряется. По данным «Автостата», по итогам августа 2023 года в России было продано 109,7 тыс. новых легковых машин, что в 2,6 раза больше, чем в том же месяце прошлого года. А за период январь–август в стране было реализовано 606,9 тыс. автомобилей, что на 41% больше, чем за первые восемь месяцев 2022 года.

И если в начале предыдущего года большинство участников рынка высказывали осторожные прогнозы о том, что по итогам 2023-го автобизнес в России едва сможет достигнуть показатель в 700 — 800 тыс. реализованных машин, то сейчас, по данным ресурса «Автостат», к концу года продажи могут превысить миллион единиц, то есть рост составит около 45% по сравнению с 2022 годом.

На 2022 год самым популярным автомобилем по результатам АВТОСТАТА стал автомобиль под маркой «Lada», но его покупка сократилась на 58% (продано 680370 авто) по сравнению с предыдущим годом, так как люди находились в состоянии стресса из-за печальных событий 2022 года, но уже к концу 2023 года продажи взлетели на 69% (продано 1 590 987 экземпляров данного авто) под влияние ограничений на импорт иностранных авто. Люди начали покупать отечественные автомобили и отдали предпочтение марке «Lada», что в свою очередь способствовало росту его продаж и производству новых моделей, и совершенствованию уже существующих моделей марки ВАЗ («Lada»).

Одним из ярких примеров возрождения отечественного автомобиля стал «Москвич» в 2023 году. На заводе французского бренда авто «Renault» при поддержке российского бренда «КамАЗ» было организовано производство отечественных авто под маркой «Москвич», мы успешно заменили производство ушедшего французского бренда, что и сделали на многих заводах, где собирали иностранные автомобили. Здесь стоит отметить быструю реакцию китайских производителей, которые незаметно для нас вошли на российский рынок автомобилей и прочно укрепились на нём, предлагая свои бренды авто и помогая собирать наши автомобили. Исключением не стал и новый «Москвич», который является ребрендингом китайского бренда «JAC», Россия заключила договор на поставки и сборку данной модели под маркой нашего бренда. Но для России это уже был новый уровень в производстве авто и данная модель отличалась от знакомых нам моделей «Lada» и тем более от своего предшественника. Так как автомобиль продаётся всего год, то нет статистики по годам, но мы можем сравнить с продажей автомобилем ВАЗ. Так москвичей за год было продано 12437 штук, а у АвтоВАЗа 1,5 млн. штук, люди доверяют проверенным автомобилям и продолжают выбирать ладу [3].

Автомобили российского и китайского производства заняли не только заводы ушедшего французского бренда «Renault», но и других иностранных авто. Например, завод «Автотор» (г. Калининград), некогда выпускавший известные автомобили бренда «BMW», «KIA» и «Hyundai», приостановил их выпуск и на их месте начал выпускать китайскую модель Kaiyi E5, которая пришел на смену Hyundai Elantra. Также пострадал и предприятие по производству корейских автомобилей – Hyundai (г. Санкт-Петербург). Компания не заявляла о своём уходе в 2022 году, но быстро свернула своё производство после наложенных на Россию санкций. Теперь на его месте также производят китайские марки авто.

Китай вошёл на автомобильный рынок России не только с автомобилями среднего класса, но и с люксовым. Так на заводе ушедшего бренда Mercedes (Московская область),

стали производить люксовые автомобили бренда Hongqi (Хунцы): H5, H9, HS5, EHS9, которые до ограничений были доступны лишь в Китае и не шли на экспорт.

Единственный завод, который бесперебойно работал после введения ограничений и получил ещё большую популярность и актуальность - Haval (Тульская область), что неудивительно, так как это китайская марка.

Производство российских автомобилей продолжилось на своих прежних местах: Тольятти (Автоваз), Ульяновск (УАЗ) и т.д.

Успешным примером создания новых моделей уже укоренившегося бренда стал АвтоВАЗ (Lada), который нарастил производство на 70% по сравнению с 2022 годом, до 374 тыс. за счет наиболее простых моделей Lada Granta и Niva. Всего отечественный концерн продал 352,6 тыс. автомобилей, заняв, как отметил глава компании Максим Соколов, «доминирующее положение» на рынке в 2023 году. Однако АвтоВАЗ все больше обеспокоен конкуренцией со стороны китайских марок, которые, несмотря на повышение утильсбора в 2023 году, заняли 80% российского рынка в денежном выражении.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика продаж автомобилей по моделям в России 2023

№	Модель	2022	2023	Изм., %	Доля 2022	Доля 2023
1	Lada Granta	87 987	195 910	222,7	14,05	18,52
2	Haval Jolion	17 447	55 550	318,4	2,79	5,25
3	Lada Niva Travel	19 389	46 896	241,9	3,10	4,43
4	Lada Vesta	32 790	41 070	125,3	5,24	3,88
5	Chery Tiggo 7 Pro Max	0	41 057	-	0,00	3,88
6	Lada Niva Legend	16 117	39 008	242,0	2,57	3,69
7	Geely Coolray	12 999	38 220	294,0	2,08	3,61
8	Omoda C5	1 239	35 841	2892,7	0,20	3,39
9	Chery Tiggo 4 Pro	2 098	32 936	1569,9	0,33	3,11
10	Geely Monjaro	0	20 423	-	0,00	1,93
	Итого по России	626 276	1 058 708	1,7	100,00	100,00

Источник: [1]

Рассмотрим сравнительную характеристику продаж по моделям, на первом месте модель марки «Lada» - «Lada Granta». По продажам в 2023 году данный автомобиль обогнал остальные, он показал увеличение по сравнению с предыдущим годом в 122% и занял большую долю рынка в 18,5%, которая выросла на 4%. На втором месте оказался китайский бренд «Haval Jolion» - рост в 3 раза в 2023 году по сравнению с 2022, автомобиль успел завоевать доверие многих наших граждан и укрепиться на рынке. Также рекордными показателями по увеличению продаж за год стали китайские авто, которые увеличили свои продажи в несколько раз, например, Omoda C5 – рост почти в 29 раз.

Также ограничения повлияли и на создание автомобиля представительского и высшего «Lada Aurus» для госслужащих, так как их призвали поддерживать отечественного производителя и передвигаться только на машине российского производства.

Под влиянием ограничений в России началась разработка собственной автоматической трансмиссии, предназначенная для гибридных или полностью электрических автомобилей в 2023 году. Это передовое решение для данного вида авто, которого до введения ограничений у нас не было, пользовались лишь импортными коробками передач данного вида.

Ограничения, которые были наложены на Россию, дали толчок к развитию производства собственных автомобилей и их комплектующих, что оказало положительное влияние на экономику России. Удалось заменить многие автомобили за счёт собственного производства и импорта китайских автомобилей, а также договора с Китаем о сборке их авто под отечественными брендами.

Данная ситуация, которая сложилась на российском автомобильном рынке с Китаем, взаимовыгодна: Китай поставляет России автомобили высшего и среднего класса, а также заключённый договор даёт право отечественным производителям собирать китайские авто под российскими брендами [2]. Но проблемы с поставками комплектующих для многих ушедших автомобилей во многом не решена, китайские производители не могут заменить все детали в иномарках, так как не найдена технология их производства. Китайские автомобили не составляют особой конкуренции для отечественных брендов автомобилей, потому что они лишь заменяют ушедшие авто и их комплектующие и стоят также как новый российский автомобиль.

Литература и источники

1. АВТОСТАТ. – Текст : электронный //автомобильная статистика России: сайт. – URL: <https://www.interfax.ru/business/939530> (дата обращения: 09.04.2024)
2. Новостной канал «Известия». – Текст : электронный //новостной канал России: сайт. – URL: <https://iz.ru/1632709/2024-01-11/zavod-moskvich-raskryl-rezultaty-prodazh-v-2023-godu> (дата обращения: 09.04.2024)
3. Новостной канал «МК». – Текст : электронный //новостной канал России: сайт. – URL: <https://www.mk.ru/auto/2024/01/16/rossiyu-zapolonil-kitayskiy-avtoprom.html?ysclid=luscy76ea381744423> (дата обращения: 09.04.2024)

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Секлецова О.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 338.2

ВНЕДРЕНИЕ ESG-ПРИНЦИПОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Нестерук В.А.

Полесский государственный университет
nesteruk.vika@internet.ru

Аннотация. Данная тема является актуальной, поскольку развитие ESG-принципов в настоящее время является одним из основных направлений развития организации. В статье раскрываются основные критерии ESG-принципов, а также предложены инициативы по введению и реализации данных принципов в деятельности физкультурно-спортивных организаций.

Ключевые слова: ESG-принципы, физкультурно-спортивная организация, спортивный клуб, экология.

В настоящее время ESG-принципы становятся все более популярными по всему миру. Эта аббревиатура означает "экологию, социальные вопросы и корпоративное управление". Внедрение этих принципов в сферу физической культуры и спорта представляет собой значительный шаг в современном обществе, где устойчивое развитие и социальная ответственность играют все более важную роль. Инвестирование с учетом ESG-критериев становится все более популярным среди инвесторов, и применение подобных принципов в области спорта и физической культуры может принести значительные выгоды не только для окружающей среды, но и для самих организаций.

В области окружающей среды (E) соблюдение ESG-принципов позволяет организациям уменьшить негативное воздействие на природу. Это заключается в использовании экологически чистых материалов и энергии, снижении выбросов в атмосферу.

Социальные аспекты (S) включают в себя взаимодействие организации с обществом и поддержку социальных инициатив. Организации должны стать более социально ответственными как по отношению к сотрудникам, так и к обществу.

Управление (G) включает в себя прозрачность в управлении организацией и соблюдение законов и правил. Этот принцип охватывает методы ведения бизнеса, правильную структурированность и прозрачность отчетности, гендерное разнообразие в руководстве и равную оплату труда [1].

В Российской Федерации и Республике Беларусь ESG-принципы только начинают набирать популярность и внедряться в предпринимательскую деятельность, так как организации поняли положительное влияние применяемых принципов в своей рыночной позиции [2].

Нормативно-правовой базой развития ESG-трансформации являются:

- Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2035 года;
- Программа социально-экономического развития РБ на 2021 – 2025 годы;
- Национальный план действий по развитию зеленой экономики в РБ до 2025 года.

Важным показателем развития ESG-принципов является количество совокупного объема выпуска ESG-облигаций в мире.

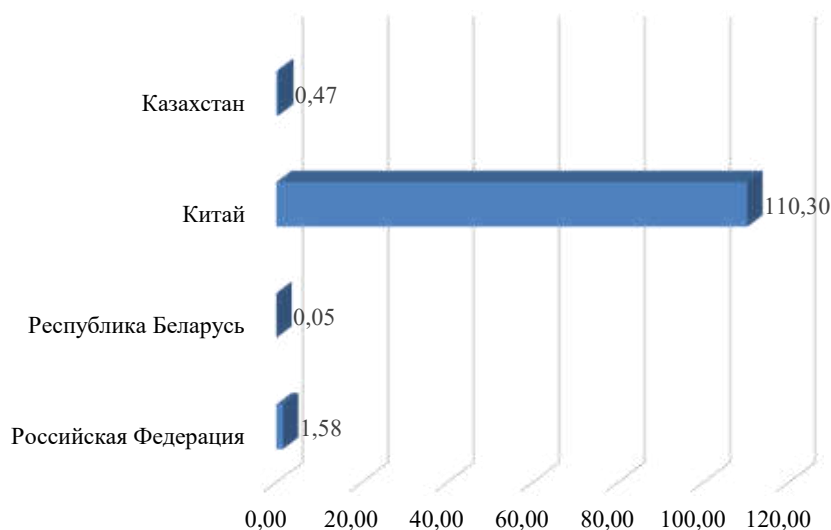


Рисунок 1 – Объем выпуска ESG-облигаций в 2023 году (млрд. долларов США)

Из приведенной диаграммы видно, что количество ESG-облигаций в Китае значительно больше, чем в Республике Беларусь и Российской Федерации. В настоящее время в Республике Беларусь насчитывается более 100 крупных и средних компаний, которые знают и применяют в своей деятельности принципы ESG. Однако, при анализе организаций-участников Глобального договора ООН в Республике Беларусь являются 28 компаний из различных областей экономики: банки, сельское хозяйство, машиностроение, производство пищевых продуктов, сфера услуг. Однако, следует отметить, что данный список немногочисленен, что свидетельствует о только зарождающемся развитии в Республике Беларусь зеленой экономики и использования ESG-принципов в ведении бизнеса.

Большинство международных физкультурно-спортивных организаций, в частности спортивных клубов, вносят значимый вклад в реализацию проектов зеленой экономики.

Спорт уже давно стал одной из отраслей экономики, соединяющей в себе как экономические, так и социальные аспекты.

Трансформация по ESG-принципам физкультурно-спортивных организаций помимо внедрения инициатив, направленных на заботу об окружающей среде, минимизацию ущерба экологии, также требует дополнительных инвестиций. Следование принципам ESG также зачастую требует от организаций выбирать между экономической выгодой и следования принципам зеленой экономики.

Особенностью спортивных организаций является их влияние на население не только своей страны, но и мира. Эндрю Симмс, координатор Альянса быстрого перехода [3] заявил, что: «Спорт является одним из самых влиятельных образцов для подражания в обществе. Если спорт сможет изменить свою деятельность, чтобы действовать со скоростью и масштабом, необходимыми для предотвращения чрезвычайной климатической ситуации, за ним последуют и другие. Если его игроки также выскажутся и заявят, что считают, что чистый воздух и стабильный климат имеют значение, еще миллионы людей увидят возможности для перемен».

Что касается Республики Беларусь, то, так как большинство физкультурно-спортивных организаций являются бюджетными некоммерческими организациями. Некоммерческие организации ведут свою деятельность для достижения каких-либо своих ориентиров, физкультурно-спортивные – для спортивного и социального развития общества. Таким образом, следование ESG-принципам для таких организаций может стать основой их деятельности.

При изучении работы многих зарубежных спортивных клубов были выявлены различные инициативы по внедрению принципов ESG:

- Питание стадионов от солнечных батарей;
- Отказ от использования химических средств для ухода за газоном на стадионе;
- Установка зарядных станций для электромобилей на парковках стадионов;
- Использование дождевой воды для полива.

Инициативами, которые могут быть внедрены в физкультурно-спортивные организации:

- В области окружающей среды: озеленение стадионов и прилегающих к ним парковых зон. Таким образом, создается целый комплекс, который включает в себя не только спортивный стадион, но и парковую зону. Примером такого комплекса является стадион «Дубово-спорт» хоккейного клуба «Текстильщик», с прилегающим к нему сквером со скейтпарком и велодорожками.

- В социальной сфере ответственности: организация благотворительных мастер-классов как для своих сотрудников, так и для болельщиков.

- В области управления: необходимо обеспечить прозрачности деятельности организации и поддерживать гендерного равенства.

Максимальный эффект от применения этих принципов в работе физкультурно-спортивной организации достигается за счет воздействия на широкую аудиторию и способности оказывать влияние на большее количество людей.

Внедрение принципов ESG в деятельность спортивных организаций в Республике Беларусь поможет улучшить уровень устойчивого развития отрасли, обеспечить социальную поддержку населению и укрепить доверие к спортивным организациям. Важными шагами в этом направлении будут создание соответствующего законодательного и нормативного базиса, обучение и поддержка специалистов по принципам ESG, а также активное привлечение общественности и СМИ для продвижения устойчивости и ответственности в спорте.

Учитывая глобальный спрос на ESG-трансформацию, основная цель бизнеса и государства заключается в создании качественной системы. Очень важно предпринять необходимые действия для преодоления текущих вызовов ESG и их адаптации с учетом национальных интересов.

Литература и источники

1. Квинт, В. Л. Концепция стратегирования / В. Л. Квинт. – Кемерово: ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», 2020. – 170 с.
2. Рекомендации Банка России по реализации принципов ответственного инвестирования [Электронный ресурс] // Банк России. – URL: [Bank_of_Russia_-_Principles_for_responsible_investments.pdf](#) (дата обращения: 01.05.2024).
3. Отчет об игре на время // Альянс быстрого перехода от 20 июня 2020 г.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Паршутич О.А., Полесский государственный университет

УДК 332.142

ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В РЕГИОНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЯХ

Сосновская А.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
sosnovskaya.as@mail.ru

Аннотация. *Цели устойчивого развития в региональных стратегиях направлены на создание гармоничного баланса между экономическими, социальными и экологическими аспектами развития, обеспечивая благополучие текущих и будущих поколений. Наиболее ярким признаком устойчивого развития региона является не столько наличие целей устойчивого развития в официальных документах регионального планирования, как стратегия, сколько наличие критериев устойчивого развития в программах и приоритетных проектах региона, которые соответствуют таксономии зеленых и социальных проектов. Камчатский и Хабаровский край, Ярославская, Ростовская, Тюменская и Новосибирская области, а также г. Москва и г. Севастополь - регионы, в стратегиях которых предусмотрена повестка устойчивого развития на уровне региональных программ.*

Ключевые слова: *региональные стратегии, цели устойчивого развития, таксономия зеленых проектов, таксономия социальных проектов.*

Наличие целей устойчивого развития в региональных стратегиях играет важную роль в обеспечении устойчивого и сбалансированного развития региона. Включение таких целей в стратегии позволяет регулировать и направлять процессы развития, учитывая экономические, социальные и экологические аспекты [1, с. 538-574].

Согласно законодательству о стратегическом планировании, в стратегиях должно быть отражено описание текущей ситуации, стратегические приоритеты, цели, механизмы реализации стратегии, индикаторы и программы, сопутствующие стратегии.

В фокус-группу исследования попали 20 регионов-лидеров ESG-индекса, представленного экспертами Сбера и ВЭБ.РФ [2]. Оценка наличия целей устойчивого развития позволила выявить следующие выводы.

В первую очередь автором отмечен отличительный опыт Ульяновской, Ростовской и Калининградской областей, также являющихся лидерами ESG-индекса. Приоритеты, цели и задачи социально-экономического развития этих регионов в рамках Стратегии согласованы с приоритетами и целями социально-экономического развития Российской Федерации, а также соответствуют целям в области устойчивого развития, сформулированным ООН и

индикаторам, разработанным для применения в РФ. Так, стратегии перечисленных субъектов дают полноценную оценку устойчивости разработанных сценариев развития.

В списке также присутствуют регионы, устойчивое развитие которых определяется малым числом приоритетов, как правило в любой стратегии стратегическим приоритетом обозначается приоритет сохранения населения, здоровья и благополучия людей, а также аспекты цифровой трансформации экономики и управления и приоритеты экономического развития.

Особое место в документах стратегического планирования занимают региональные программы, приоритетные проекты, которые в большей мере отражают реальные намерения и содержание действий по достижению целей и приоритетов, описанных в стратегиях, чем заявление об устойчивости на уровне других компонент стратегии. Поэтому в роли качественного признака устойчивого развития региона предложено наличие целей устойчивого развития в государственных региональных программах и приоритетных проектах, а также соответствие этих проектов таксономии зеленых и таксономии социальных проектов [3].

Отмечу некоторые яркие примеры программ и проектов, которые как обозначены на уровне стратегий регионов как приоритетные, так и соответствуют таксономии социальных проектов и таксономии зеленых проектов.

Стратегии всех регионов фокус-группы содержат компоненты, связанные с созданием, строительством и материально-техническим оснащением, реконструкцией, капитальным ремонтом, техническим оснащением (переоснащением) объектов в сфере здравоохранения, а также направления, связанные с образованием и культурой. Также стратегии всех регионов включают программы по диверсификации региональной энергетической системы в соответствии с таксономией проектов устойчивого развития по направлению: электро и тепло генерации на природном газе (включая сжиженный природный газ).

Яркими примерами особых направлений проектов, характерных для конкретных регионов в связи с их социально-экономическими и климатическими особенностями являются программы разработки, организация производства и выпуска лекарственных препаратов для лечения редких (орфанных) заболеваний присутствуют в стратегиях г. Москва, Тюменской и Новосибирской областей. Пензенская область заявляет к реализации программу производства эндопротезов тазобедренного и коленного суставов. В Хабаровском крае уже реализуется программа дистанционной медицины - сеть медучреждений, ориентированных на дистанционное оказание мед услуг.

Примечателен опыт г. Севастополя, Хабаровского и Камчатского края и Ростовской области по реализации проекта генерации энергии посредством солнечных электростанций, из них Камчатский край и Ростовская область заявляют также программу создания ветряных электростанций. Ярославская область ввиду протекания по ее территории реки Волги, запланировала к реализации программу ликвидации наиболее опасных объектов накопленного вреда окружающей среде и экологическое оздоровление водоема.

Все это частные примеры проектов, полностью соответствующих таксономии социальных и зеленых проектов, заявленных к реализации и имеющих программу действий с механизмами реализации.

Таким образом, наличие в стратегиях приоритетов, целей, механизмов устойчивого развития не отражает качественного соответствия региона принципам устойчивого развития.

В связи с этим предложено проверять намерения регионов через конкретные метрики – государственные региональные программы, утвержденные в целях реализации стратегий.

Здесь же таксономия зеленых проектов и социальных проектов выступают в качестве нового института оценки соответствия программ и проектов критериям соответствия. В связи с этим, даже наличие программ, соответствующих принципам устойчивого развития, требует упорядочивания и систематизации в соответствии с утвержденными критериями зелены на уровне регионального планирования.

Литература и источники

1. Бобылев, С. Н. Экономика устойчивого развития : учебник для студентов бакалавриата и магистратуры [Текст] / С. Н. Бобылев. – Москва : КНОРУС, 2021. — 672 с.
2. ESG-индекс городов и регионов : сайт. – URL: <https://xn----ctbjbleaab3chwacdqgef8f3d.xn--80afd3bal.xn--p1ai/> (дата обращения 20.04.2024). – Текст : электронный.
3. Российская Федерация. Постановления. Об утверждении критериев проектов устойчивого (в том числе зеленого) развития в Российской Федерации и требований к системе верификации инструментов финансирования устойчивого развития в Российской Федерации : Постановление от 21.09.2021 N 1587. - Текст : электронный // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396203/92d969e26a4326c5d02fa79b8f9cf4994ee5633b/ (дата обращения 25.04.2024). – Режим доступа : для авториз.пользователей.
4. Федеральная служба государственной статистики : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://rosstat.gov.ru/sdg/report> (дата обращения 20.04.2024). – Текст : электронный.

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Мекуш Г.Е., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 332.14

ДИНАМИКА УСТОЙЧИВОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Чумакова Д.Д.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
chumakova.d.d@mail.ru

Аннотация. *Исследование рассматривает вопрос динамики устойчивого развития на примере Кемеровской области–Кузбасса. Основная цель регионального развития – это улучшение качества жизни проживающего населения, достигаемая путем сочетания экономического роста, экологического баланса и социального развития. Таким образом, основы развития региона сопоставимы с целями устойчивого развития. Акцент в исследовании смещен на динамику устойчивого развития Кузбасса в сравнении с устойчивым развитием в Российской Федерации.*

Ключевые слова: *устойчивость, динамика, устойчивое развитие, цели устойчивого развития, региональное развитие.*

Устойчивое развитие – комплекс мер, нацеленных на удовлетворение текущих потребностей человека, без ущерба возможности будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности [3].

Что бы искоренить основные причины нищеты и улучшить качества жизни ныне живущих и будущих поколений, выделяют 17 целей в области устойчивого развития. Каждая страна вправе выбрать приоритетные для нее цели, так как не все из них одинаково актуальны для разных частей мира.

Все цели разделим на три группы: окружающая среда, социальная ответственность и эффективное управление. В первую группу входят четыре цели:

- Цель чистая вода и санитария, в России характеризуется достижением в перспективе 13 лет, увеличением показателя уровня очищенной сточной воды с 10% до 22%, а в

Кемеровской области с 3% до 61%. Доля населения, обеспеченного качественной питьевой водой, продолжает расти, в Кемеровской области он превышает национальный уровень на 11% в 2022г. Доля домохозяйств, обеспеченных центральным водопроводом в Кузбассе также выше российского показателя, приблизительно на 7%.

- Сохранение экосистем суши. В стране отношение площади лесовосстановления и лесоразведения к площади вырубленных и погибших лесных насаждений неизменно растет, за период с 2018-2022гг прирост составил 46%. В Кемеровской области с 2019 года наблюдается увеличение, что в перспективе приводит к превышению регионального уровня над национальным на 7%, но в 2022 году отношение площади лесовосстановления и лесоразведения к площади вырубленных и погибших лесных насаждений сократилось и стало ниже российского уровня на 14%. С каждым годом растет доля площади особо охраняемых природных территорий в общей площади территории страны, в Кузбассе также наблюдается рост, и он превышает национальный уровень в среднем на 2%.

- Цель сохранение морских экосистем для Кемеровской области не актуальна.

В группу социальная ответственность входит шесть целей.

- Ликвидация нищеты. Реализация этой цели направлена на сокращение доли населения всех возрастов, живущих в нищете. С 2015 года в Российской Федерации снижается численность населения с денежными доходами ниже границы бедности на 3,6%, а в Кемеровской области на 4,4%. Отрицательная динамика наблюдается с реальными денежными доходами, как в целом по стране, так и в Кемеровской области-Кузбасс.

- Ликвидация голода. С 2018 года в России и в Кузбассе растет индекс производства продукции сельского хозяйства в сопоставимых ценах к предыдущему году. Сокращается доля домохозяйств с нехваткой денег на еду, в России показатель снизился с 0,9% до 0,06%, в Кемеровской области так же наблюдается падение с 1,2% до 0,41% за последние 5 лет.

- Хорошее здоровье и благополучие. Эта цель направлена на повышения продолжительности жизни, ликвидация широкого спектра заболеваний и решения значительных проблем в области здравоохранения. За последние 12 лет в России и в Кузбассе ожидаемая продолжительность жизни при рождении увеличилась на 4 года. С 2020 года в Кемеровской области коэффициент материнской смертности ниже, чем в стране в среднем в 2,5 раза. Процент населения, занимающегося физкультурой и спортом в Кузбассе выше, чем в России на 4,3%. Медленно, но снижается смертность от новообразований, в том числе от злокачественных. В Кузбассе на 100 тысяч населения, смертность от новообразований, за последние пять лет снизилась на 4%, но также остается выше российского показателя, примерно на 20%.

- Качественное образование. Цель направлена на обеспечение всех детей в получение качественного образования. Доля молодежи обладающих навыками в области информационно-коммуникационных технологий выросла с 2014 года, в стране с 93,5% по 94,2%, в регионе с 88,9% по 95,5%. Растет уровень образования, с 2021-2022гг в Кузбассе показатель увеличился с 74,7% до 75,6%, в Российской федерации увеличился с 74,9 до 77%. С 2020 года в России и Кемеровской области снизилась доля обучающихся старше 10 лет, не достигших базового уровня подготовки в соответствии с ФГОС на 7,4%. Доля школ, обеспеченных доступом к сети «Интернет» в Кузбассе выше, чем в России в среднем на 1%. В России снизился валовый коэффициент охвата образовательными программами высшего образования, на 1,4%, в Кузбассе снижение за последние 5 лет составило 2,1%.

- Гендерное равенство. В стране наблюдается увеличение доли женщин на руководящих должностях с 2013-2019гг. В Кузбассе этот показатель превышает российский уровень на 1,7% в 2021г., и продолжает расти. Занятость женщин с детьми дошкольного возраста в России увеличился приблизительно на 1%, а в регионе снизился примерно на 3%.

- Уменьшение неравенства. В России и Кемеровской области уменьшается разрыв в соотношении средней заработной платы 10% наиболее к 10% наименее оплачиваемых работников организаций с 2011г. по 2023г. на 3% и 3,1% соответственно. Коэффициент

Джини в стране стоит практически на одном уровне, и превышает пороговое значение в среднем на 0,01. В Кузбассе идет снижение данного показателя, так же он ниже национального, и находится в пределах допустимого значения.

Эффективное управление отвечает за экономический рост. В данную группу входит семь целей устойчивого развития.

- Недорогостоящая и чистая энергия. Потребление электрической энергии на душу населения в России в два раза меньше, чем в Кузбассе.

- Достойная работа и экономический рост. С 2016 года уровень безработицы в России снизился с 7,9% до 4,1%, а в Кемеровской области с 5,5% до 3,9%. С 2017 года доля молодежи, которая не учится, не работает и не приобретает профессиональных навыков по стране снизилось с 10,5% до 10,1%, в регионе с 12,3% до 11,4%. С 2015 года в России снижается доля работников организаций с заработной платой ниже величины прожиточного минимума трудоспособного населения на 10,5%, а в Кемеровской области на 6,5%. В целом за последние 5 лет региональный показатель ниже национального примерно в 3 раза. Индекс производительности труда колеблется за отчетный период, в 2022 году произошло очередное падение данного показателя как по стране, так и в Кузбассе. За последние два года региональный уровень превышает национальный приблизительно на 3%.

- Индустриализация, инновации и инфраструктура. В России улучшается качество транспортной инфраструктуры, увеличивается плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием. С 2010 года в Кемеровской области данный показатель увеличился вдвое, и в среднем превышает национальный уровень в 2,8 раза. Увеличивается доля автомобильных дорог регионального и межмуниципального значения, соответствующих нормативным требованиям, в России на 2,3%, в Кузбассе на 5,1% за 2021-2022гг. В Российской Федерации и Кемеровской области доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВВП увеличивается, но в Кузбассе данный показатель ниже в среднем на 7,2%.

- Устойчивые города и населённые пункты. Наблюдается сокращение доли домохозяйств, испытывающих стесненность при проживании, и этот показатель на региональном уровне идентичен национальному. С 2018 года в России увеличилась доля городов с благоприятной средой в 2,3 раза, в Кузбассе данный показатель вдвое ниже, но продолжает расти. Развивается инфраструктура для маломобильных групп населения. Так с 2012 года доля автобусов, оборудованных для перевозки маломобильных групп населения, в России увеличилась на 32,2%, в Кузбассе увеличилась на 45,2%. За последние 5 лет растет доля площади зеленых насаждений в пределах городской черты, в Кузбассе данная динамика выше национального уровня в среднем на 4,6%.

- Ответственное потребление и производство. С 2017 года наблюдается небольшой рост доли утилизированных и обезвреженных отходов производства и потребления, Кузбасс опережает Россию практически вдвое. Но с 2019 года Кемеровская область сокращает этот показатель в два раза. Данный показатель продолжал снижаться небольшими темпами, и был ниже национального уровня, но с 2022 года он снова начал расти и превысил российский уровень на 1%. Растет количество эколого-просветительских объектов в заповедниках и национальных парках, в Кузбассе этот показатель вырос на 60%, в России на 20%.

- Мир, правосудие и эффективные институты. В России с 2015 года доля населения, получающего госуслуги через Интернет, выросла в 6,7 раз, в Кузбассе в 7,8 раза. Согласно отчету ООН в 2021 году в мире произошло самое большое за последние два десятилетия число умышленных убийств, при этом в России данный показатель устойчиво снижается, с 2015 года он снизился на 44%, в Кемеровской области данный показатель снизился на 64%.

- Партнерство в интересах устойчивого развития. В России наблюдается стабильный рост доли населения, пользующегося Интернетом, показатель вырос с 70% до 90% с 2015 года. В Кузбассе доля населения, пользующегося Интернетом в 2022 году, составляет 86,8%, что на 16,6% больше, чем в 2015 году.

Проанализировав динамику достижения целей устойчивого развития в России и Кемеровской области, можно сделать выводы. Положительная динамика выявлена во всех целях ESG - трансформации по рассматриваемым показателям. Отдельно хочется отметить, что динамика роста показателей по цели чистая вода и санитария на уровне региона в среднем превышает в два раза темпы роста показателей на национальном уровне. Так же выявлена положительная динамика регионального развития, преобладающая над показателями на национальном уровне и в других целях устойчивого развития, таких как: снижение уровня неравенства; индустриализация, инновация и инфраструктура; устойчивые города и населённые пункты. Все это благодаря эффективной политики региона.

Литература и источники

1. Бобылёв, С. Н. Цели устойчивого развития в Российской Федерации / С. Н. Бобылев, Л. М. Гохберг и др. – Федеральная служба государственной статистики, 2023 – 102 с.
2. Национальный набор показателей ЦУР – 2023. – URL: <https://rosstat.gov.ru/sdg/national> (дата обращения 20.04.2024).
3. Устойчивое развитие: что это такое и в чем его значимость? – 2021. URL: <https://www.forbes.ru/obshchestvo/425081-ustoychivoe-razvitie-hto-eto-takoe-i-v-chem-ego-znachimost> (дата обращения 18.04.2024).

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Мекуш Г.Е., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

СЕКЦИЯ 2 АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПУБЛИЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ

УДК 330.342

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПУТЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАН ЗАПАДА И ВОСТОКА

Елескин Г.М.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
gordeles1@gmail.com

Аннотация. В статье определены факторы, повлиявшие на развитие восточных и западных обществ в историческом контексте, приведен сравнительный анализ «восточного» и «западного» пути экономического развития экономик стран мира, выявлено общее и особенное в траекториях развития этих стран, а также сильные и слабые стороны восточной и западной моделей для перенятия положительного опыта и недопущения прежних ошибок в развитии экономик различных государств.

Ключевые слова: экономическое развитие, страны Запада и Востока, сравнительный анализ, развитые страны, развивающиеся страны, европоцентрический подход, глобализационный подход.

В мировой науке до XX века превалировал европоцентрический подход, который выражался в преобладании экономик западных стран над восточными в связи с развитостью политических институтов, таких как, например, демократия. Прошедшие события второй половины XX века (развитие стран «азиатских тигров»), а также начала XXI века (развитие Китая) «развенчали» концепции европейских ученых о малозначительной возможности экономического прорыва развивающихся стран. Привязка либеральной модели к развитию экономики не оправдал надежд: «конец истории» американского философа и экономиста Ф. Фукуямы с провозглашением западных ценностей не наступил, более того, американский социолог и политолог С.Хантингтон справедливо отмечал, что мир намного сложнее устроен, чем кажется, и демократические ценности в странах с преобладающим значением религии в обществе могут не прижиться [8].

Понятия «Запад» и «Восток» следует понимать не только в географическом, но и культурно-историческом плане, причем разделение стоит считать весьма формальным – страны по историческому развитию уникальны, но в контексте всемирной истории это развитие в чем-то пересекается, нередко происходит взаимодействия как в положительном (освоение земледельческих культур), так и в отрицательном (колониальные режимы) ключе. Западные страны преуспели в своем развитии, так как:

а) их не затронуло такое событие, как монголо-татарское нашествие XIII века, затормозившее развитие обществ, как, например, Руси и Китая, на два столетия;

б) страны объединяло относительная бедность природными ресурсами, которые стимулировали интенсивное развитие, в отличие от «восточных» стран;

в) развал Римской империи в 476 г. предопределил две линии развития стран – Западная с образованием впоследствии самостоятельных государств и Восточная во главе с Византией, где церковь стояла в подчинении императору, когда как в Западной части преобладали обратные тенденции (позже это подтолкнуло к выступлениям за обновление церкви – Реформацию).

Все это определяло направления политики стран. Бедность ресурсами вызвало развитие милитаризма в западных странах, что выделяют Н. В. Осокина и Е. Е. Жернов как отдельный

фактор развития [6, с. 184]. Колониальные режимы, установленные в XVIII-XIX вв., нанесли огромный ущерб культурно-историческому развитию стран Африки и Азии – истребление населения, вывоз природных ископаемых, обращение чернокожих людей в рабство, а также военные противостояния, связанные с сопротивлением населения против засилья европейцев («Опиумные войны» XIX вв., англо-бурская война к. XIX в – нач. XX в.). С другой стороны, страны образовывали новые административно-политические структуры для управления колониями – Канада, Австралия являются на сегодняшний день развитыми странами с демократическим режимом. После «открытия» Японии в 1850-х гг. проводятся реформы Мейдзи на улучшение и реорганизацию политических институтов (например, была принята Конституция 1880-х гг.). Но таких примеров очень мало, это говорит о том, что отрицательные последствия перевешивают положительные. Безусловно, колониализм тормозил развитие обществ, привел и к побочному эффекту в виде развития идей превосходства негроидной и монголоидной расы над белой (пример – расовая дискриминация второй половины XX в. в ЮАР).

Во второй половине XX века начала достаточно обширно проявляться глобализация. Глобализационный подход подразумевал привнесение в восточные страны западные ценности для развития экономики, иначе, по мнению шведского экономиста, лауреата Нобелевской премии по экономике 1974 г. Г. Мюрдаля, политический и религиозный фактор будет сдерживать восточные экономики [5]. Но концепция Г. Мюрдаля не выдержала критики: появились так называемые азиатские тигры (например, Сингапур, Республика Корея), которые «догнали» за несколько десятилетий развитые мировые экономики; Китай в XXI веке доказал, что с государственно-партийным вмешательством, с китайскими конфуцианскими ценностями, можно расширить экономику страны в целом. Исследователи считают Китай претендентом на гегемонию в мире, поскольку старые западные гегемоны (в том числе США) после мирового кризиса и мировой трансформации уйдут на второй план [1, с. 39].

За 50 лет произошли огромнейшие изменения в азиатских странах – улучшились демографические, социальные и экономические показатели; увеличилась доля этих же стран в мировом ВВП в три раза; выросло производство товаров промышленного значения (это ознаменовало постепенный отход от значительной доли в экспорте сельского хозяйства) [7, с. 10-11]. Экономические сдвиги произошли благодаря умелой политике азиатских стран – сильное государство, культурно-религиозные ценности населения и внедрение рыночных рельсов в экономику, которые наиболее характерны для современного этапа истории.

В то же время существует множество проблем, которые ставят барьеры для развития экономики развивающихся стран: социальное расслоение (высокий коэффициент Джини у незападных стран, вызванное отчасти демографическим «взрывом» (ростом численности населения), доля ВВП на душу населения сравнительно мала с европейскими странами), высокий уровень коррумпированности, небольшие показатели по инновационному индексу, малые объемы доли физического и человеческого капитала в странах, скромные вложения в развитие образования развивающихся стран [4, с. 4-15]. Сравнительно мало стран, которые показали на данный момент значительный рост экономики и совершенствование рыночных структур – в тех же странах Африки возможность для благоприятного развития экономики находится в Северной части (Египет) и Южной (ЮАР). Эти проблемы существуют с одной стороны – как «отголоски» колониального режима, с другой – как особенного культурного развития, которому характерно интровертность, сильная государственная власть, огромное влияние религиозного фактора, богатая ресурсами обширная территория, которая ограничивала интенсивное развитие [6, с. 183-185].

Таким образом, для западных стран характерны следующие черты: бедность природными ресурсами, самостоятельное интенсивное развитие, экстравертность в связи с иными историческими событиями, милитаризм. В восточных же странах преобладают интровертность, богатство ресурсами, интервенция иностранных государств и племен в их

деятельность, что затормозило развитие Не-запада. Более подробный сравнительный анализ экономик стран Запада и Востока представлен в таблице 1 [2].

Таблица 1 – Сравнительный анализ экономик стран Запада и Востока

Страны Запада (Германия, Франция, США и др.)	Страны Востока (Китай, Индия, Индонезия и др.)
<ul style="list-style-type: none"> • социальное государственное регулирование экономики; • налоги играют роль перераспределения доходов (социальная роль); • огромная доля ВВП на душу населения (не менее 20 тыс. долл. США); • высокие вложения в научную сферу (в среднем более 3 % от ВВП); • преобладание рыночных механизмов с государственным вмешательством; • интенсивное развитие; • демографический кризис и иммиграция квалифицированных работников. 	<ul style="list-style-type: none"> • активное государственное регулирование экономики; • высокий индекс коэффициента Джини (около 0,4), социальное расслоение общества; • небольшая доля ВВП на душу населения (менее 20 тыс. долл. США); • дешевая рабочая сила (0,8-2,68 долл. США в час); • скромные вложения в науку и образование (в среднем 1-2 % от ВВП); • снижение роли свободного ценообразования за счет вмешательства государства; • сочетание экстенсивного (экспорт сырья) и интенсивного развития; • демографический «взрыв» и эмиграция высококвалифицированных работников (утечка «мозгов»).
<ul style="list-style-type: none"> • увеличение доли сферы услуг в структуре экономики; • устойчивые темпы экономического роста (более 3 % в год); • высокая степень вовлеченности национального хозяйства в мировые экономические процессы 	

Мировой порядок находится в состоянии кризиса, поскольку уже несостоятелен подход влияния одного гегемона (США и Запада в целом) на другие страны; мир движется в направлении утверждения многополярности, где, как выражают исследователи, будут несколько сверхдержав – Россия, Китай, Япония, Бразилия, Индия, США [3]. Это говорит о том, что экономический детерминизм весьма несостоятелен, помимо него играют политические факторы стабилизации и безопасности регионов мира, ядерный вопрос, социально-демографические проблемы, нищета. У западных стран есть чему поучиться, как и у восточных, поскольку мировой кризис проявляется налицо – демократические структуры приходят в упадок в связи с приходом лиц, которые не в силах разрешать насущные вопросы; военные столкновения приводят к массовой миграции; дипломатические контакты носят весьма второстепенный характер. Нужны сильные лидеры, которые смогут построить мировую модель безопасности и сломить «гегемонистские» тенденции, чтобы направить в правильное русло развитие мировой экономики, тем самым постепенно решая вопросы социально-демографического плана на основе культурно-исторических факторов.

Литература и источники

1. Балацкий, Е. Концепция циклов накоплений капитала Дж. Арриги и ее приложения // TerraEconomicus. 2018. Т. 16, № 1. С. 37-55.
2. Баранова. И. А. Модели экономического роста в Западной Европе и США: сравнение и анализ // Экономика. Социология. Право. 2016. № 4. С. 9-13.

3. Колеватова, А. В. 25 лет рыночных реформ в России и мире. Что дальше? Итоги IV Московского экономического форума // Региональные проблемы перехода к инновационной экономике: материалы XXIII Международной научно-практической конференции аспирантов и студентов (Кемерово, 1-22 апреля 2016 года). Кемерово : Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016. В 7-ти частях. Часть 1. С. 26-31.

4. Мельянцев, В. А. Страны Запада, Востока и Россия: долгосрочные тенденции, факторы и противоречия экономического развития // Вестник Московского университета. 2013. № 3. С. 3-26.

5. Мюрдаль, Г. Азиатская драма: исследование нищеты народов. В 3-х т. Лондон: Пингуим Букс, Аллен Лэйн, 1968.

6. Осокина, Н. В., Жернов Е.Е. Западный и восточноазиатский пути развития экономики в концепции Дж. Арриги: перспективы XXI в. // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2022. № 59. С. 180-197.

7. Пескова, Д. Р. Восточная модель экономики: критический анализ мюрдализма // Проблемы востоковедения. 2019. № 3 (85). С. 8-12.

8. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / Самюэль Хантингтон: пер. с англ. Т. Велимеева, Ю. Новикова. М.: АСТ, 2005. 603 с.

Научный руководитель – старший преподаватель Логинова А.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 351.354

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПУБЛИЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ И ИХ РЕШЕНИЯ

Исаев Н.В.

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет путей сообщения»,
Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал
morgenik@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные проблемы публичного управления, которые необходимо решать для обеспечения эффективного функционирования государственного аппарата. Автор анализирует пять основных проблем. Статья будет полезна для специалистов в области публичного управления, государственных служащих и всех, кто интересуется вопросами эффективного управления государством.

Ключевые слова: публичное управление; мотивация государственных служащих; квалификация государственных служащих; участие граждан в управлении; эффективность государственных программ; транспарентность государственных органов; государственное управление; управление персоналом; эффективное управление.

Публичное управление это один из ключевых элементов успешной внутренней политики государства и благополучия его граждан. В то же время, сейчас публичное управление сталкивается с проблемами, которые являются актуальными уже долгое время, их нужно решать для обеспечения эффективной работы государственного аппарата. Как внедрить новые технологии с пользой для персонала и руководства, как адаптировать и обучить персонал, избегая при этом текучести из-за неспособности освоить новые технологий. Следовательно, стоит уделять должное внимание выявлению проблем, находить причины и устранять следствия [6].

Проблема 1: Низкий уровень мотивации работников государственных служб.

Одной из основных проблем публичного управления является низкая мотивация государственных служащих. Это может привести к низкой эффективности в работе, а также низкой производительности. Мотивация работников государственных служб зависит от многих факторов: заработная плата; условия труда и возможность карьерного роста [1]. Кроме того, мотивация государственных служащих может быть увеличена путем введения системы поощрения и наказания или же так называемым методом “кнута и пряника”, а также путем создания более благоприятной рабочей среды. Как результат, уровень мотивации работников государственных служб увеличится.

Проблема 2: Недостаточная квалификация государственных служащих.

Недостаточная квалификация работников государственных служб также является серьезной проблемой публичного управления. Это может привести к неэффективному управлению и принятию ошибочных решений, в следствии чего климат внутри государства может ухудшаться. Квалификация работников государственных служб зависит от многих факторов, таких как: образование, опыт работы и навыки [2]. Для решения этой проблемы необходимо внедрять программы профессионального развития и обучения государственных служащих в институты и школы. Благодаря сегодняшним возможностям цифровизации, люди могут обучаться дистанционно, примером того является множество образовательных онлайн учреждений, качественно выполняющих эту миссию и чей опыт ценится в огромном количестве организаций.

Проблема 3: Низкий процент участия граждан в управлении.

Низкий процент участия граждан в управлении является еще одной проблемой публичного управления. Это может привести к недовольству граждан государственной политикой или ее отрицанию, и уменьшению уровня доверия к власти. Участие граждан в управлении напрямую зависит от их осведомленности, и наличия свободно доступной информации, доступностью к взаимодействию и прозрачности государственных органов [3]. В повседневной жизни человек, оказавшись в проблемной ситуации, может сориентироваться, что делать. Но в ряду ситуаций без специальных знаний и подготовки трудно подобрать решение, а также сделать правильный вывод, как поступать в том или ином случае. Ему необходимо, не только основываться на логике, но и ориентироваться на накопленные знания в этой области [7]. Для решения этой проблемы необходимо внедрять механизмы общественного контроля и обеспечивать доступность информации о деятельности государственных органов, так же, можно проводить открытые мероприятия с политической направленностью. Многие граждане не заинтересованы в политическом участии из-за банальной неосведомленности в некоторых аспектах для того, чтобы избежать такую ситуацию и повысить интерес к политическому участию у граждан, необходимо сделать упор на подрастающее поколение, так как, оно, является будущим нашего государства, и крайне важно привить им желание качественно участвовать в политическом управлении.

Проблема 4: Низкий уровень эффективности государственных программ.

Низкий уровень эффективности государственных программ также является серьезной проблемой публичного управления. В следствии этого увеличивается уровень неэффективного использования ресурсов и неудовлетворенности граждан государственной политикой. Эффективность государственных программ зависит от факторов, таких как цели, ресурсы и мониторинг [4]. Для решения этой проблемы необходимо внедрять системы мониторинга и оценки эффективности государственных программ, делать упор на подрастающее и будущее поколение молодежи. Для увеличения их стремления к собственному развитию.

Проблема 5: Недостаточная транспарентность государственных органов

Недостаточная транспарентность государственных органов или же их низкая открытость для самих же себя и со зависимых организаций является еще одной проблемой публичного управления. Результатом такой системы высока вероятность увеличения уровня коррупции и

неэффективного использования ресурсов. Для решения этой проблемы необходимо внедрять механизмы контроля и обеспечивать доступность информации о деятельности государственных органов, увеличить уровень со зависимости государственных служб.

В результате, актуальные проблемы публичного управления, расписанные выше необходимо решать для обеспечения эффективного функционирования государственного аппарата. Для этого необходимо внедрять новые технологии, повышать квалификацию государственных служащих, обеспечивать прозрачность и подотчетность государственных органов и стимулировать участие граждан в управлении.

Литература и источники

1. Макгрегор, Д. Теория X и Теория Y / Д. Макгрегор. – М.: Альпина Паблишер. –2004.
2. Херцберг, Ф. Мотивация и удовлетворенность труда / Ф. Херцберг. – М.: Альпина Паблишер. – 2008.
3. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – М.: Альпина Паблишер. – 2011.
4. Друкер, П. Эффективное управление / П. Друкер. – М.: Альпина Паблишер. – 2007.
5. Котлер, Ф. Маркетинг государственных услуг / Ф. Котлер. – М.: Альпина Паблишер. – 2012.
6. Галиахметов, Р. Н. Совершенствование кадрового обеспечения системы управления персоналом организации с применением цифровых технологий / Р. Н. Галиахметов, К. И. Ширяева // Инновационные технологии на железнодорожном транспорте: Труды XXIV Всероссийской научно–практической конференции, Красноярск, 25–27 ноября 2020 года. Том 2. – Красноярск: Иркутский государственный университет путей сообщения, 2020. – С. 256–261.
7. Галиахметов, Р. Н. Руководитель как ключевое звено в системе управления персоналом / Р. Н. Галиахметов, В. А. Пагулыч // Инновационный потенциал современной науки как драйвер устойчивого развития: Сборник научных статей по итогам международной научно–практической конференции, Санкт–Петербург, 29–30 октября 2021 года. – Санкт–Петербург: Санкт–Петербургский государственный экономический университет, 2021. – С. 87–89.

Научный руководитель – канд. филос. наук, доц., Галиахметов Р.Н., ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет путей сообщения», Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал.

УДК 338.1

НАУКАСТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Карев И.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

ivankarev29879@gmail.com

Аннотация. В настоящее время экономическая конъюнктура нестабильна. Для составления прогнозов используется метод краткосрочного прогнозирования показателей в режиме реального времени - наукастинг. Актуальность работа состоит в том, что прогнозирование макроэкономических показателей (индикаторов) является критически важным для административно-управленческого персонала компаний и органов государственной власти. Целью статьи является изучение наукастинга как инструмента

прогнозирования макроэкономических показателей. Выделены причины сложности составления прогнозов в настоящее время. Рассмотрены преимущества и возможности применения наукастинга как метода прогнозирования в краткосрочной перспективе. Приведен пример использования наукастинга в исследовании реакции регионов России на внешние шоки.

Ключевые слова: наукастинг, прогнозирование, макроэкономические показатели, Google Trends, поисковые запросы.

Настоящее время представлено нестабильной средой, в которой сложно составлять точные, актуальные и корректные прогнозы. Эти реалии отражает концепция VUCA-мир. Данная концепция содержит в названии главный посыл - четыре угрозы по первым буквам слов на английском языке: нестабильность («volatility»), неопределённость («uncertainty»), сложность («complexity») и неоднозначность («ambiguity»).

Тем не менее прогнозирование крайне необходимо. Это обусловлено его неотъемлемостью в научно-обоснованном планировании перспективного экономического и социального развития и выявления потребностей как внешнего, так и внутреннего рынков.

Ввиду перманентного ускорения изменений конъюнктуры в экономике, методы прогнозирования, признанные традиционными, постепенно теряют актуальность. Это происходит по причине задержек во времени, которые в прогнозировании именуется «лагами», и ограниченности факторов, используемых для анализа.

По этой причине, в современной практике прогнозирования используется метод под названием наукастинг. В переводе с английского, «nowcasting» - прогнозирование текущей погоды. Изначально термин применялся в метеорологии. Но итальянский экономист Лукреция Рейхлин (Lucrezia Reichlin), используя указанный термин, ввела новое понятие в экономике [1].

Наукастинг - метод краткосрочного прогнозирования показателей в режиме реального времени. В его основе лежит анализ больших данных. При использовании этого метода в экономике, появляется возможность составления точных прогнозов в перспективе ближайшего будущего. Также возможна оценка и уточнение текущего состояния экономики, и ее состояния в недавнем прошлом.

Достоверной информации о действительном положении дел в экономике как правило нет. Выделяя причины этого, отметим временные лаги и постоянный пересмотр статистических показателей экономики.

Решая вышеуказанную проблему, наукастинг предоставляет возможность использование оперативных общедоступных данных. Таким образом, можно обнаружить ранние сигналы о фактических и ожидаемых изменениях целевого экономического индикатора. Также, полученный прогноз можно актуализировать в любой момент времени и обнаружить вновь поступившую информацию, изменившую прогностическую оценку, и дать корректную оценку ее влияния на показатели [1].

Одним из направлений наукастинга является анализ частоты поисковых запросов пользователей в интернете, определенных исследователем. В качестве инструментария чаще всего используется аналитический сервис Google Trends, собирающий информацию анонимно с 2004 года.

К его преимуществам стоит отнести:

- широкую выборку данных (Google обрабатывает более 5,6 миллиардов поисковых запросов за день);
- возможность отслеживания нахождения определенного тренда в фазе подъема или спада;
- возможность поиска интересующих исследователя демографических данных;
- возможность поиска смежных тематик, связанных с запросом;
- возможность выставления требуемого временного периода;

– возможность выставления территориального фильтра.

Используя выборку конкретных данных, возможно изучить репрезентативный набор поисковых запросов Google. Информация в Google Trends обрабатывается в режиме реального времени в течение нескольких минут после происшедшего события.

Макроэкономические показатели (индикаторы) являются критически важными данными всех участников рынка. Также, эти индикаторы - важнейший ресурс для органов государственной власти, особенно в свете повышения уровня прозрачности и подотчетности, и административно-управленческого персонала компаний. Принимая во внимание макроэкономические показатели, возможно более обоснованное принятие решений, проведение сравнительного анализа между планируемым и фактическим результатом [2, с. 273].

В качестве примера использования наукастинга приведем исследование национального исследовательского университета «Высшей школы экономики»: «Реакции регионов России на внешние шоки: сходства и различия».

В этом исследовании использовался анализ новостных сообщений на портале «РБК» с 2016 по 2022 год.

В результате были построены три индекса:

1. Общую неопределенность в экономике отражает общий индекс ожиданий деловой активности.
2. Неопределенность (и ожидания) бизнеса - индекс ожиданий бизнеса.
3. Неопределенность (и ожидания) населения - индекс ожиданий деловой активности населения [3].

Для общего индекса ожиданий деловой активности исследователи использовали 24 поисковых термина, число запросов по которым превышает 100 тысяч в месяц [3].

Для индекса ожиданий бизнеса использовались следующие термины:

- «курс доллара»;
- «ЦБ» («Центральный банк»);
- «курс евро»;
- «цена нефти»;
- «Московская биржа»;
- «рынок недвижимости» [3].

Для индекса ожиданий деловой активности населения использовались следующие термины:

- «курс доллара»;
- «кредит»;
- «курс рубля»;
- «ипотека»;
- «банкротство»;
- «цена нефти»;
- «экономический кризис») [3].

Составление термины для каждого индекса основывается на круге интересов каждой категории. Соответственно, «Московская биржа» выбрана для индекса ожиданий бизнеса, исходя из ориентации на инвесторов и представителей бизнеса, а «ипотека» выбрана для индекса ожиданий деловой активности населения, исходя из интереса населения к рынку недвижимости [3].

Результатами исследования стало определение волатильности ожиданий деловой активности между регионами.

Определена прямая зависимость между волатильностью и:

- развитостью регионов, которая устанавливается по уровню душевого валового регионального продукта

- долей населения, имеющей доступ в интернет
- промышленной ориентацией региона
- статусом финансово-экономического центра
- диверсифицированностью экономики региона [3].

Таким образом, в сырьевых экспортно-ориентированных регионах, среди которых Кемеровская область - Кузбасс, волатильность выше из-за зависимости поставок продукции от международных отношений [3].

В настоящее время практический инструментарий наукастинга включает в себя все возможные источники информации, среди которых особую значимость для экономики имеют данные о покупках населения и макроэкономические большие данные.

Подводя итог вышесказанному, заключим, что наукастинг является перспективным направлением, имеющим широкий инструментарий для составления точных и актуальных прогнозов макроэкономических показателей.

Литература и источники

1. Институт статистических исследований и экономики знаний : сайт. – Москва. – URL : <https://issek.hse.ru/news/196229844.html> (дата обращения: 21.03.2024). – Текст : электронный.
2. Фирсов, Д. В. Обзор успешных практик применения наукастинга в социально-экономическом прогнозировании / Д. В. Фирсов, Т. К. Чернышева // Journal of Applied Economic Research. – 2021. – Т. 20, № 2. – С. 269-293.
3. ЭКОНС : сайт. – Москва. – URL: <https://econs.online/articles/opinions/reaktsiya-regionov-rossii-na-vneshnie-shoki-skhodstva-i-razlichiya/> (дата обращения: 21.03.2024). – Текст : электронный.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Савинцева С.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 364

ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В РОССИИ

Карнаухова Д.В.

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»
daria08008@mail.ru

***Аннотация.** В статье рассматриваются проблемы и перспективы публичного управления социальной сферы в условиях цифровой трансформации.*

***Ключевые слова:** социальные услуги, социальная сфера, публичное управление, цифровые технологии.*

В настоящее время цифровая трансформация стала неотъемлемой частью развития различных сфер деятельности, в том числе и социальной. Цифровая трансформация в сфере публичного управления является актуальной задачей, требующей особого акцента, внимания и эффективных методов решения. Переход к цифровым процессам взаимодействия в учреждениях социального обслуживания является затруднительным в связи с цифровым неравенством среди населения России и низким уровнем цифровой зрелости самих учреждений.

Цифровое неравенство характеризуется неравномерным доступом домашних хозяйств к информационным компьютерным технологиям и интернету. Так, по состоянию на 2023 г. в

России около 13 % домашних хозяйств не имели доступа к интернету [1]. Наиболее распространенными причинами отказа от использования ресурсов и возможностей сети Интернет являются недостаток необходимых навыков и высокая стоимость тарифов на услуги доступа к сети.

Неспособность применять цифровые технологии для решения ежедневных задач сдерживает эффективную реализацию социальной политики в новых реалиях. Многие программы и мероприятия, направленные на помощь нуждающимся слоям населения, переносятся в электронный формат. Онлайн-услуги более доступны и удобны для всех сторон отношений, чем их традиционная форма. Однако для людей с низким уровнем цифровых компетенций или их полным отсутствием такой формат недоступен.

К концу 2023 г. некоторые территории России по-прежнему не имели технической возможности подключения к интернету или имели ограниченную скорость соединения. Доступ к сети Интернет отсутствует не только у сельских жителей, но и у городского населения. По данным мониторинга развития информационного общества в Российской Федерации, в 2023 г. в городах России 88 % населения в возрасте от 15 лет и старше являлись активными пользователями сети Интернет, в сельских местностях на их долю приходилось 82,4 % [2]. Наличие неравенства по показателю доступа к сети Интернет в регионах является сдерживающим фактором развития цифровой экономики в целом и цифровой трансформации социальной сферы, в частности.

Готовность социальных учреждений к использованию цифровых технологий имеет большое значение в рамках исследуемой темы. Только около 50 % организаций социальной сферы и государственного управления используют облачные сервисы, технологии сбора, обработки и анализа больших данных, и всего 25,6 % – цифровые платформы [3]. При этом большинство опрошенных организаций утверждают, что не видят смысла в использовании цифровых платформ [4]. В первую очередь цифровизация системы социального обслуживания направлена на повышение качества и оперативности взаимодействия между поставщиками услуг и их получателями. Для этого используются различные технологии, включая мобильные приложения, электронные приемные, социальные сети и веб-сайты.

За пять лет число организаций, имеющих собственный сайт, сократилось, как это ни парадоксально. Возможной причиной могло стать активное развитие функционала портала государственных услуг, предоставляющего гражданам возможность получить необходимые государственные услуги онлайн без посещения офисов и заполнения бумажных заявлений. Многие организации перенаправили свои ресурсы на взаимодействие с порталом, вместо того чтобы поддерживать собственные сайты [5].

Для обеспечения бесперебойной работы всех цифровых систем в учреждениях социального обслуживания необходимы квалифицированные ИТ-специалисты. По данным исследования, проведенного в 2023 г., всего 2,8 % работников учреждений социального обслуживания являются специалистами в области информационных технологий [6].

Таким образом, цифровое неравенство среди населения и учреждений социального обслуживания является серьезной проблемой, которая тормозит процессы цифровизации и цифровой трансформации сферы социального обслуживания. Неравенство приводит к отсутствию необходимого доступа к цифровым сервисам и ресурсам, что затрудняет предоставление качественных социальных услуг и негативно влияет на уровень социальной защиты населения. Решение сложившейся проблемы требует комплексного подхода и сбалансированного институционального управления.

На сегодняшний день в России существуют методики расчета целевых показателей национальной цели развития «Цифровая трансформация» для десяти отраслей экономики, для социальной сферы методика оценки отсутствует [7].

В целях объективной оценки состояния цифровизации социальной сферы существует необходимость разработки индекса цифровой зрелости. Индекс цифровой зрелости станет комплексным показателем, отражающим степень готовности и эффективности

использования информационных компьютерных технологий в организациях и учреждениях социального обслуживания. Показатель должен быть составным и включать в себя следующие аспекты: доступность цифровых услуг для граждан, оценку качества получения электронных услуг населением, цифровую грамотность сотрудников и интенсивность использования ИКТ в детальной социальности учреждений.

Разработка и дальнейшее применение индекса цифровой зрелости станет основой для выявления существующих недостатков в процессе цифровизации и цифровой трансформации социальной сферы, поможет принимать более обоснованные решения по развитию цифровых стратегий как для конкретной организации, так и для всей социальной сферы.

Литература и источники

1. Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации: Официальная статистика / Росстат – Москва, 2024. [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/infocommunity> (дата обращения: 07.05.2024).

2. Итоги федерального статистического наблюдения по вопросам использования населением информационных технологий и информационно–телекоммуникационных сетей : официальная статистика / Росстат – Москва, 2024. [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/free_doc/new_site/business/it/ikt23/index.html (дата обращения: 07.05.2024).

3. Цифровая экономика : экспресс–информация / НИУ Высшая школа экономики – Москва, 2023. [Электронный ресурс]. – URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/810217629> (дата обращения: 07.05.2024).

4. Платформенная экономика в России: потенциал развития: аналитический доклад / Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, А. В. Демьянова; под редакцией Л. М. Гохберга, Б. М. Глазкова, П. Б. Рудника, Г. И. Абдрахмановой; НИУ «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2023. – 72 с. – ISBN 978–5–7598–3001–6.

5. Цифровая экономика: 2023: краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневецкий; НИУ «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2023. – 120 с. – ISBN 978–5–7598–2744–3.

6. Сведения об использовании цифровых технологий и производстве связанных с ними товаров и услуг: Официальная статистика / Росстат – Москва, 2024. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (дата обращения: 07.05.2024).

7. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Методика расчета показателя "достижение «цифровой зрелости»" ключевых отраслей экономики и социальной сферы, в том числе здравоохранения и образования, а также государственного управления : [утверждена приказом Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 18.11.2020] // [Электронный ресурс]. – URL: http://np-ss.org//2021/02/08-604_21%202021-02-19 (дата обращения: 07.05.2024)

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Лобкова Е. В., ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

УДК 339

КОНТРАФАКТЫ И КОНТРАБАНДА АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ И СПОСОБЫ ИХ ОБНАРУЖЕНИЯ

Комиссарова Е. М., Колядина А.В.

ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.», Социально-экономический институт
azmnok.1000@gmail.com

***Аннотация.** В статье проанализированы основные тенденции борьбы таможенных органов в сфере контрабанды алкоголя и ввоза контрафактной продукции; изучены нормативные основы организации работы в данной сфере; изучены возможности цифровых технологий в борьбе с контрабандой и контрафактом алкоголя; проанализирована статистика выявления контрафактной продукции*

***Ключевые слова:** контрафактная продукция, контрабанда, алкогольная продукция, цифровые технологии, искусственный интеллект, таможенный контроль.*

Актуальность темы исследования определяется тем, что контрафактная алкогольная продукция представляет большую опасность для здоровья граждан, увеличивает оборот нелегальной и не облагаемой налогами продукции, наносит ущерб бюджету, повышает уровень криминальной обстановки, создавая условия для экономических преступлений. В связи с этим проблемное поле данного исследования определено тем, чтобы проанализировать способы и возможности борьбы с контрафактной продукцией и пресечения способов ее контрабанды.

Контрафактная алкогольная продукция снижает уровень качественной лицензированной алкогольной продукции, способствует реализации преступных схем, чаще всего, международного уровня [1]. Алкоголь является одним из самых распространенных товаров, которые регистрируются как контрафактная продукция и цель контрабанды. За 2019–2023 г.г. тенденция контрабанды алкоголя и табака увеличилась с до 10%, потери федерального бюджета составляют миллиарды рублей [2].

В соответствии со «Стратегией развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации (РФ) от 23.05.2020 № 1388–р., определены основные целевые приоритеты Стратегии в сфере борьбы с контрабандой алкогольной продукции рис.1 [3]:

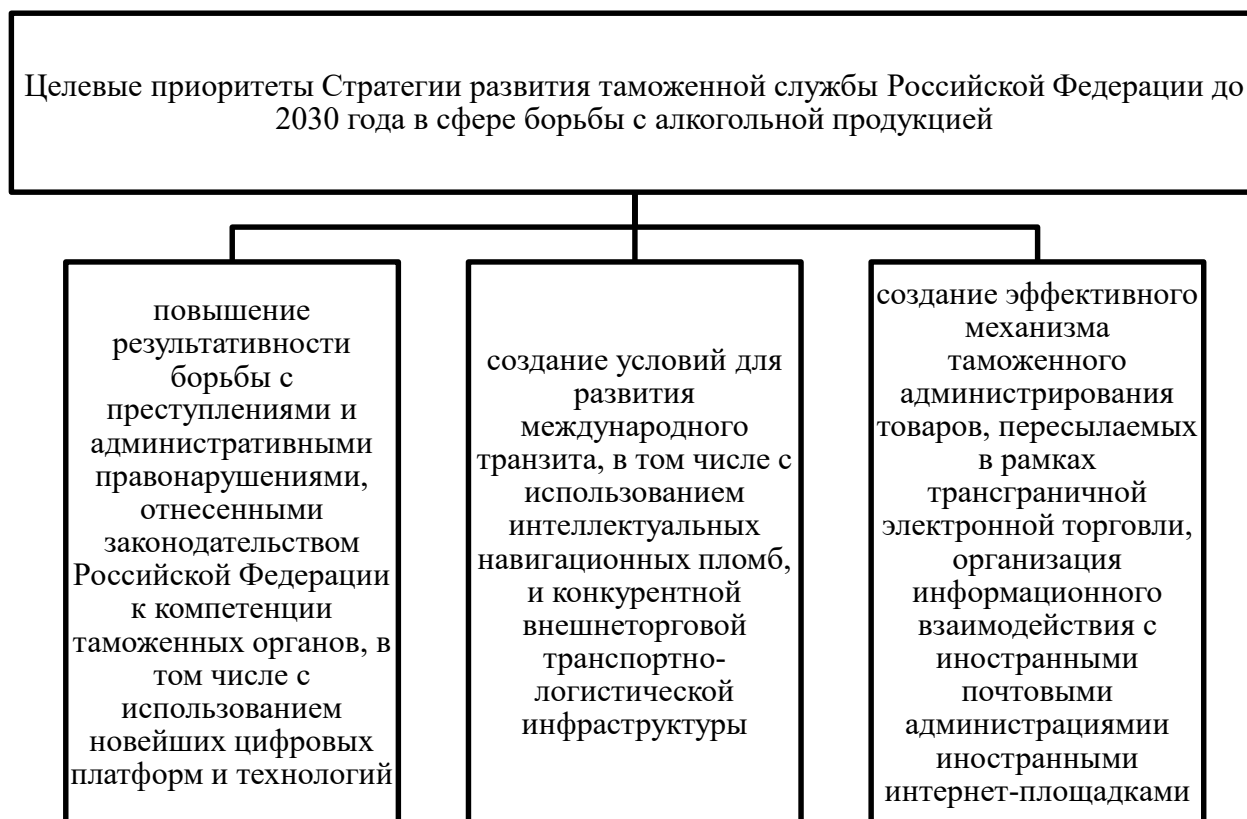


Рисунок 1 – Целевые приоритеты Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года в сфере борьбы с алкогольной продукцией

Как следует из рис.1, основными направлениями Стратегии 2030 в сфере борьбы с контрафактом и контрабандой алкоголя являются совершенствование результативности борьбы с преступлениями и правонарушениями, в т.ч., посредством цифровых технологий. Так, в современном правовом поле становится тенденцией – выработка унифицированных подходов к правовой оценке нелегального ввоза алкоголя и контрабанды алкогольной продукции.

В сегодняшних реалиях все чаще используется понятие «цифровая экономика», под которой можно понимать систему социальных, экономических и культурных отношений, основанных на применении цифровых технологий. Подобные технологии необходимы для поддержания национальных интересов, информационного и технологического суверенитета, а также конкурентоспособности Российской Федерации на мировой арене. Развитие цифровой экономики в России подразумевает применение таких современных технологий, как нейротехнологии, система Big Data, искусственный интеллект, электронные алгоритмы на основе блокчейна, система распределенного реестра, робототехника, сенсорика, промышленный интернет, беспроводная связь, виртуальная и дополненная реальности [4, 53].

Цифровизация имеет реальные технологические возможности повышения эффективности борьбы с контрабандой алкоголя. Внедрение инструментов искусственного интеллекта в процедуры таможенного контроля и таможенных процедур способствует повышению уровня выявления уровня преступлений на этапе таможенного декларирования (рис.2):

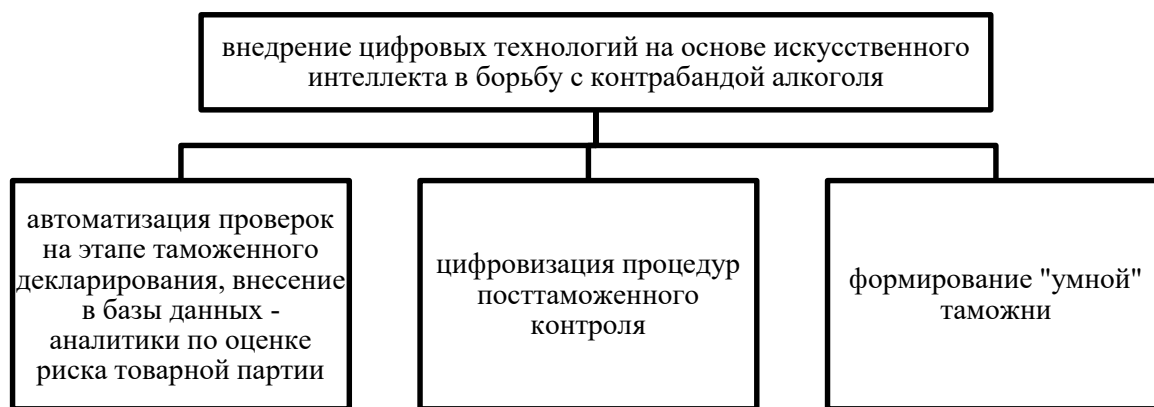


Рисунок 2 – Внедрение цифровых технологий на основе искусственного интеллекта в борьбу с контрабандой алкоголя

Таможенные органы ведут постоянную систематическую работу по выявлению контрафактной продукции и пресекают попытки доставки контрафактных грузов через государственную границу. Результатом систематической деятельности таможенных органов является снижение объема контрафактной продукции (диаграмма 1) [5]:



Диаграмма 1 – Объем контрафактной продукции, выявленной сотрудниками таможенных служб РФ в 2021–2023 г.г. (млн ед)

Таким образом, контрабандой является перемещение через государственную границу товаров, которые скрыты от таможенного контроля, провезены по недостоверным документам и средствам таможенной идентификации и (или) при помощи недостоверного декларирования или отсутствия декларирования. Контрабанда алкогольной продукции, а также провоз контрафактной алкогольной продукции являются одними из распространенных форм преступлений в сфере таможенного декларирования. Контрабанда алкогольной продукции относится к уголовным преступлениям в сфере таможенного законодательства.

Борьба с контрабандой и контрафактной алкогольной продукцией является приоритетной целью деятельности таможенных органов. Основными способами выявления являются автоматизация и цифровизация таможенных процедур, разработка совместных рейдов с правоохранительными органами, слаженная работа с таможенными органами других государств, совершенствование законодательства.

Литература и источники

1. ФТС: объем контрафактной продукции снизился в 2,2 раза // https://www.alta.ru/external_news/104752 (дата обращения: 12.04.2024 года).
2. ФТС: в 2023 г. на таможне выявили 4,9 млн ед контрафактной продукции / https://shoppers.media/news/12823_fts-v-2023-g-na-tamozne-vyjavili-bolee-49-mln-edinic-kontrafaktnoi-produkcii (дата обращения: 11.04.2024 года).
3. Стратегия развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года: распоряжение Правительства РФ № 1388-р от 23.05.2020 // Собрание законодательства РФ. – 2020. – № 22. – Ст. 3572.
4. Земскова, И. А. Качество электронных государственных услуг как основа развития цифровой экономики регионов / И. А. Земскова // Наука и общество. – 2019. – № 1 (33). – С. 52–58.
5. Показатели правоохранительной деятельности таможенных органов РФ за 2022–2023 года // <https://customs.gov.ru/activity/pravooxranitel-naya-deyatelnost-informacziya-upravleniya-tamozhennyh-rassledovaniy-i-doznaniya/document/562692> (дата обращения: 10.04.2024 года).

Научный руководитель – старший преподаватель Земскова И.А., ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

УДК 314.304.4

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ПРЕОДОЛЕНИИ ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Концевая А.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
konzevaya09@mail.ru

Аннотация. *Сегодня социальная политика РФ во многом направлена на улучшение демографической ситуации. Статья посвящена основным направлениям развития социальной политики в преодолении демографического кризиса. На основе Концепции демографической политики РФ и статистических данных Росстата, автором статьи были предложены пути решения проблемы демографического кризиса в России. В статье также рассматриваются ключевые механизмы поддержки молодых семей в РФ.*

Ключевые слова: *социальная политика, демография, демографический кризис, демографическая ситуация, единство веры, духовные ценности гражданина, механизмы поддержки.*

Демографический кризис входит в число основных социально-экономических проблем современной России, требующих незамедлительного решения. Для преодоления сложившейся непростой демографической ситуации социальная политика Российской Федерации постоянно совершенствуется и развивается по ряду ключевых направлений.

Согласно Концепции демографической политики Российской Федерации, на период до 2025 года, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 09.10.2007 № 1351 (далее - Концепция), сегодня для российского общества особенно актуально решение следующих задач [1]:

- стабилизация численности жителей нашей страны к 2015 году на уровне 142-143 млн. человек,
- создание условий для роста количества населения к 2025 году до 145 млн. человек,
- повышение качества жизни и увеличение ожидаемой продолжительности жизни к 2015 году до 70 лет.

Заметим, что плановые показатели продолжительности жизни россиян достигнуты уже в 2015 году. По итогам 2015 года продолжительность жизни увеличилась и составила 71,4 года, а к 2025 году эта цифра должна приблизиться к 75 годам.

Концепция направлена на решение следующих задач демографической политики РФ до 2025 года:

- сокращение уровня смертности не менее чем в 1,6 раза,
- сокращение уровня материнской и младенческой смертности не менее чем в 2 раза, профилактика здоровья населения (в частности подростков),
- повышение уровня рождаемости за счет рождения в семьях второго ребенка и последующих детей;
- укрепление института семьи, возрождение и сохранение духовно-нравственных традиций семейных отношений,
- привлечение мигрантов в соответствии с потребностями демографического и социально-экономического развития, с учетом необходимости их социальной адаптации и интеграции (при этом следует учесть и негативные аспекты данного направления развития, такие как снижение национальной идентичности россиян, утрачивание национальных черт, повышение конкуренции на внутреннем рынке труда, рост уровня дискриминации).

При анализе отечественной демографической политики, стоит внимательно изучить все проявления демографического кризиса.

Под демографическим кризисом, характеризуемым глубоким изменением численности населения, может пониматься как повсеместная убыль населения, так и перенаселенность отдельных территорий с одновременным опустением других местностей. В случае тотального снижения количества населения в стране или ее части идет спад рождаемости. Спад характеризуется показателями рождаемости, находящимися ниже уровней естественного прироста и смертности населения. Именно эта разновидность кризиса ярко выражена сегодня в Российской Федерации.

Для России критичными стали демографические провалы конца 20 века, когда до 1999 года снижалась рождаемость. В результате через двадцать лет возник острый недостаток женщин фертильного возраста. Причиной такой ситуации в те годы был тяжелейший кризис рынка труда, вынуждавший средний класс отказываться от рождения наследников.

Согласно планам изменения рождаемости, в период с 2024 года по 2026 год в Российской Федерации число новорожденных уменьшится на 5,8 процентов в 2024 году, к 2026 году темп снижения составит 0,9 процентов [2].

В результате в 2024 году численность россиян возрастет на 1,172 миллионов человек, к 2025 году рост составит 1,153 миллионов человек, а в 2026 году - 1,143 миллионов человек.

Сегодня демографическая ситуация в стране характеризуется рождением детей женщинами в позднем возрасте и недостаточным количеством женщин детородного возраста. В результате один из самых низких показателей рождаемости в мире принадлежит России. Так, в 2023 году он составил 1,42 ребенка на женщину, при норме, необходимой для сохранения численности населения равной 2,1 ребенка на женщину. Такие тенденции приводят к формированию структуры населения с преобладанием людей старшего возраста. В настоящее время средний возраст российского населения составляет 40,3 года.

Немаловажным аспектом в процессе преодоления демографических проблем России является возврат населения, в том числе молодежи к традиционным семейным ценностям. Согласно данным опросов молодой части населения нашей страны, отчетливо просматривается тенденция к утрачиванию традиционных ценностей среди этой части населения.

Между тем, религиозные традиции семейного воспитания легко подстраиваются к большинству систем веры (конфессий). Так, в рамках православного воспитания в школах всегда изучались в комплексе основы веры, быта и семейного уклада, формировалось понимание семьи и продолжения рода как неотъемлемая часть служения Богу. Эта практика воспитания формировала у населения систему взглядов и ценностей, полностью соответствующих идеологии государства. Такое единство государства, церкви и общества в конце 19 – начале 20 веков стало важнейшей составляющей экономического подъема России [3]. Сегодня наш народ может обрести единство духа путем укрепления семейных связей и объединения людей через устоявшиеся законы веры.

Но для решения проблем демографического кризиса недостаточно духовного развития населения. Важно неуклонно улучшать качество оказываемых социальных мер. Социальная политика включает в себя множество направлений и мер по формированию, внедрению и реализации демографических процессов, но основными из них являются следующие направления: государственная помощь семьям и детям; создание условий для сочетания родительства с активной профессиональной деятельностью; снижение заболеваемости и смертности; увеличение рождаемости; увеличение продолжительности жизни; улучшение качественных характеристик населения; регулирование миграционных процессов, урбанизации, расселения.

В России медицина играет важнейшую роль, развиваются механизмы помощи матери и ребенку, направленные на сохранение их здоровья. Особое внимание уделяется выявлению и лечению болезней на ранних сроках беременности, проводятся профилактические мероприятия, предоставляется высококачественная акушерская помощь.

Образование и медицина очень тесно связаны между собой. Должный уровень образованности матерей приводит к более ответственному отношению к контрацепции, к здоровью своего будущего ребенка. Повышение общего уровня образования дает возможность избежать заболеваний путем постоянной профилактики и соблюдения повседневной гигиены.

Одной из главных мер по борьбе с демографическим кризисом сегодня в России является поддержка семей с детьми. Поэтому Президент России В.В. Путин объявил 2024 год Годом семьи [4].

Основные мероприятия Года семьи, направленные на укрепление семейных ценностей:

- общероссийский открытый урок "Роль семьи в жизни человека" в День знаний;
- торжественные мероприятия ко Дню матери и ко Дню отца;
- всероссийские акции по-семейному волонтерству;
- проведение среди лиц репродуктивного возраста диспансеризации по оценке репродуктивного здоровья;
- семейный конкурс национальных традиций и т.д.

В 2024 году запланированы следующие механизмы поддержки семьи:

- увеличение размера материнского капитала до 834 тысяч рублей;
- рост максимальной величины декретных и пособий на детей до 122 тысяч рублей, при осложнениях и многоплодии пособие составит – 630 тысяч рублей и 784тысяч рублей соответственно;
- развитие льготной ипотеки;
- выдача бесплатного земельного участка и денежной компенсации (в отдельных регионах);
- льготы для многодетной семьи.

Демографическая проблема сегодня одна из основных в Российской Федерации. Но складываются и положительные тенденции в развитии и разработке социальной политики уже давшие плоды. Но пока этого недостаточно. Низкий уровень рождаемости все еще негативно сказывается на демографической ситуации. Не стоит забывать и про высокий уровень смертности. Но несмотря на то, что демографические прогнозы на сегодняшний день не радуют, тем не менее ситуация изменяется каждый день. Повышение уровня образованности и предоставление качественного лечения, комфортного жилья мотивируют к появлению детей в семьях. Кроме того, возвращаясь к теме духовно-нравственного воспитания, хочется сказать, что данный аспект очень важен и является основой для усиления традиционных российских ценностей. Всестороннее влияние социальной политики в совокупности с сохранением и возрождением традиционных ценностей нашего народа, должны привести к положительным сдвигам в демографической сфере и снизить напряженность демографического кризиса.

Литература и источники

1. Указ Президента РФ от 09.10.2007 N 1351 (ред. от 01.07.2014) "Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года". – URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_71673/7a46cb13de731db3333fcd77a4f7887e468287e3/ / (дата обращения: 05.04.2024).

2. Проект бюджета Социального фонда // Росстат [сайт] – URL: <https://rosstat.gov.ru/> [Электронный ресурс] // Проект бюджета Социального фонда – URL: https://rosstat.gov.ru/search?q=бюджета+социального+фонда+сфр&date_from=&content=on&date_to=&search_by=all&sort=relevance // (дата обращения: 05.04.2024).

3. Ресурсы социальной политики преодоления демографического кризиса в современной России, Курбатова В.И. // Седмица.ru. – URL: <https://sedmitza.ru/lib/text/429823/5/> Статья: Ресурсы социальной политики преодоления демографического кризиса в современной России [Электронный ресурс] // Седмица.ru: [сайт]. – URL:<https://sedmitza.ru/lib/text/429823/> Статья: Ресурсы социальной политики преодоления демографического кризиса в современной России (дата обращения: 05.04.2024).

4. Указ Президента Российской Федерации от 22.11.2023 № 875 "О проведении в Российской Федерации Года семьи". – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202311220013/> / (дата обращения: 05.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Евдокимова Е.К., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 332.1

НОВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ Г. ЛЕНИНСК–КУЗНЕЦКИЙ)

Макарова А.Ю.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

nyush.mak@yandex.ru

Аннотация. В статье имеются данные о социально–экономическом положении города, представлены актуальные инвестиционные ниши. Эти стратегические направления, по мнению автора, могут быть использованы инвесторами для организации нового бизнеса на

территории моногорода. Более подробно описана одна из инвестиционных ниш. Автор опирается на приоритеты развития региона.

Ключевые слова: инвестиционная ниша, инвестиционные возможности города, социально–экономическое положение города, моногород.

Первое упоминание о будущем городе Ленинск–Кузнецкий относится к 1763 году. Тогда населённый пункт носил название Кольчугино. В настоящее время г. Ленинск–Кузнецкий является одним из моногородов Кузбасса, где ярко выражается доминирование в структуре экономики угольной отрасли. Главным градообразующим предприятием является АО «СУЭК–Кузбасс». Филиал угольной компании является как крупнейшим работодателем, так и предприятием, лидирующим по добыче угля.

Основной целью инвестиционной политики города Ленинск–Кузнецкий является рост инвестиций в экономику города, способствующих его интенсивному развитию, модернизации производств, повышению конкурентоспособности производимых на территории города товаров и услуг, росту доходов населения, предприятий и бюджетов всех уровней. Важно отметить, что в городе реализуется программа по уходу от монозависимости. Именно статус Ленинск–Кузнецкого как моногорода и обуславливает актуальность проведения здесь инвестиционной политики.

Инвестиционная ниша – это конкретная область или сегмент рынка, в которую инвесторы направляют свои средства для получения прибыли.

Для обозначения инвестиционных ниш необходимо проанализировать социально–экономическое положение города, выделить слабые, сильные стороны. В городе наблюдается отток населения, экологические и демографические проблемы (старение населения). Для решения этих проблем необходимо привлечь молодёжь, жителей соседних городов и регионов с помощью мероприятий и объектов инфраструктуры, посещение которых будет актуально не только для взрослых людей, но и для подрастающего поколения.

В ходе анализа и анкетирования были выявлены следующие инвестиционные ниши:

1. Создание военно–исторической реконструкции Дня Победы 9 мая 1945 года
2. Организация производства видов французского сыра
3. Организация ресторанов по типу фермерского кафе на базе продукции кузбасских сельхозпроизводителей

Реализация данных ниш, безусловно, рентабельна, так как данные проекты имеют небольшое конкурентное окружение, целевой аудиторией могут являться люди абсолютно разных возрастов. Кроме того, это поможет увеличить количество рабочих мест в городе, поток туристов. Идеи являются актуальными в наше время и соответствуют приоритетам развития региона.

Более подробно остановимся на второй инвестиционной нише (Организация производства видов французского сыра)

В настоящее время импортозамещение становится всё более востребованным. Это касается и индустрии питания. Сыры и молочная продукция являются неотъемлемой частью рациона большого количества людей. Но виды этих продуктов, привезённые из-за рубежа, становится всё сложнее приобрести в магазинах. А в Кузбассе находится достаточно большое количество организаций, производящих сельхозпродукцию. Они могут стать поставщиками сырья в город Ленинск–Кузнецкий, где и будет расположен сырный завод. Среди видов сыра можно выделить бри, камамбер, рокфор и др.

Реализация данной ниши именно в городе Ленинск–Кузнецкий обещает быть успешной благодаря производству продукции, популярной в настоящее время; реализации товаров по более низким ценам в Кузбассе и близлежащих регионах ввиду сокращения транспортных издержек; выгодному географическому положению города.

Для ухода от монозависимости необходимо сконцентрироваться на стимуляции интенсивного развития города, модернизации производств, а также повышению

конкурентоспособности производимых на территории города товаров и услуг, росту доходов населения, предприятий и бюджетов всех уровней. Именно поэтому рост инвестиций в экономику города является приоритетным направлением его экономической политики.

Литература и источники

1. Инвестиционная ниша: как найти возможности для инвестирования. Режим доступа: <https://nauchniestati.ru/spravka/investiczionnaya-nisha/>
2. Комплексная программа социально-экономического развития Ленинск-Кузнецкого городского округа до 2035 г. Режим доступа: <https://www.lnkrayon.ru/deyatelnost/strategicheskoe-planirovanie/dokumenty-strategicheskogo-planirovaniya.php>
3. Инвестиционный портал Кемеровской области. Режим доступа: <http://keminvest.ru>
4. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области-Кузбасс. Режим доступа: <https://42.rosstat.gov.ru/>

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Сагдеева Л.С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 339

КОРРУПЦИЯ В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И СПОСОБЫ ИХ РЕШЕНИЯ

Мартыненко М.С.

ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.», Социально-экономический институт
bordelengs@mail.ru

Аннотация. Коррупция, как феномен противоправных действий, применяемых в совокупности с превышением должностных полномочий, существует во многих сферах жизнедеятельности человека. Однако, коррупция именно в государственных структурах влечет за собой не только разного рода материальные недоимки и потери, но и репутационный ущерб, который оказывает резко негативное влияние на формирование предвзятого общественного мнения в отношении работы уполномоченных государственных лиц. Фактом является то, что коррупция, по меньшей мере, присутствует и среди таможенных органов, в результате чего может пострадать качество непосредственной общей работы ФТС России. С учетом современных тенденций к возникновению новых препятствий и ограничений для внешнеторговой деятельности, вызванных геополитическим положением и последующими пересмотренными законодательными нормами, вопросы возникновения коррупционной составляющей в таможенной сфере остаются открытыми. В данном исследовании автор ссылается на информационные Интернет-ресурсы, с помощью которых удалось рассмотреть актуальные проблемы возникновения и развития коррупции в таможенных органах, а также пути их решения.

Ключевые слова: коррупция, взятки, превышение служебных полномочий, таможенный контроль.

Проблема распространения коррупции остро стоит не только в отдельных государствах, но и по всему миру.

Для мониторинга уровня коррупции независимые организации составляют ежегодные рейтинги по восприятию коррупции, на основании которых отслеживается динамика успешной или провальной борьбы с данным явлением.

Данные рейтинги направлены также на дополнительное стимулирование наиболее развитых в экономическом и политическом плане государств принимать дополнительные меры по достижению наивысших результатов в противодействии коррупционным схемам и действиям.

К примеру, в 2021 году, по собранным и представленным данным от неправительственного издания Transparency International, Россия оказалась на 129 месте, которое почетно разделилось между такими странами, как Азербайджан, Мали, Габон и Малави.

Позиция в рейтинге обусловлена определенным индексом восприятия коррупции (The Corruption Perceptions Index), в значениях баллов от 0 до 100, где наибольшее значение связано с максимально высоким уровнем коррупции.

Таможенные органы можно назвать коррумпированными в связи с информацией, предоставленной самой ФТС России о совершенных административных правонарушениях в области таможенного дела и об уголовных делах, относящихся к компетенции таможенных органов, в том числе возбужденных в отношении должностных лиц таможенных органов.

По данным ФТС России, в первом полугодии 2022 года было возбуждено уголовных дел коррупционной направленности почти в два раза больше, чем за весь 2020 год.

Можно представить, что по итогу общего исхода 2022 года данные могли превышать показатели 2020 года уже в несколько раз.

Такие данные свидетельствуют об очевидном росте коррумпированности таможенных сотрудников, что может быть обусловлено именно текущими экономическими и политическими изменениями, которые в один момент коснулись многих участников внешнеторговой деятельности, тем самым ограничивая или угрожая полному исчезновению их бизнеса.

Коррупция не возникает сама по себе, поскольку это не нормированное поведение влечет за собой соответствующую правовую ответственность с последующим административным или уголовным наказанием.

Для осознанности риска на осуществление противоправных действий существуют условные причины, которые можно классифицировать на три группы: экономические, организационно–политические и психологические.

К экономическим причинам можно отнести следующие:

- нестабильная экономическая ситуация, сопровождающаяся инфляционными процессами;
- низкая материальная обеспеченность должностных лиц местного уровня самоуправления;
- влияние узкого круга лиц людей, привыкших решать все вопросы с помощью взяточничества.

К организационно–политическим можно отнести:

- отсутствие эффективных правовых механизмов для коррумпированных лиц;
- пробелы в области законодательного регулирования таможенной сферы.

К психологическим относят:

- низкий уровень мотивации или полное ее отсутствие, которое можно объяснить низким уровнем оплаты труда, а также трудновыполнимых планов, по итогам достижения которых обещано определенное денежное вознаграждение;
- наличие ряда должностей, которые становятся вождельными по причине того, что открывают возможность для взяточничества;

• нездоровая тяга к адреналину (намеренное нарушение законодательства с полным осознанием ошибки совершения действий), вызванная психогенным психическими расстройствами.

Так, в таблице 1 рассмотрена структура основных коррупционных преступлений среди таможенных органов за последние годы.

Таблица 1 – Структура преступлений коррупционной направленности в 2020–2022 годах по статьям УК РФ, % [1, с. 26]

	2020 г.		2021 г.		2022 г.		Изменение «+», «-» % 2022 г. по сравнению с	
	Ед.	%	Ед.	%	Ед.	%	2020 г.	2021 г.
Общее количество уголовных дел, возбужденных по преступлениям коррупционной направленности, шт.	148	100	210	100	212	100	-	-
Из них:								
- дача взятки, посредничество во взяточничестве (ст. ст. 291, 291.1, 291.2 УК РФ)	81	54,7	110	52,4	108	50,9	-3,8	-1,5
- получение взятки (ст.ст. 290, 291.2 УК РФ)	30	20,3	79	37,6	72	34,0	+13,7	-3,6
- мошенничество, присвоение или растрата (ч.ч. 3, 4 ст. 159 УК РФ)	17	11,5	11	5,2	-	-	-	-

Принято считать, что основным мотивом для получения взятки считается быстрое овладение некой суммой денежных средств, которую, технически, можно получить за, так называемое, «оказание услуги».

Таможенные органы наделены особым статусом и властью в отношении контрольно–проверочных мероприятий. Для многих злоумышленников единовременная плата за «услугу» является более удачным вариантом, чем налаживание законной системы производственного процесса с последующим сбытом, требующей больших затрат на соответствие также нормам качества.

В свою очередь, недобросовестные сотрудники испытывают определённый соблазн незаконного, но быстрого обогащения, который заставляет их проявлять слабоволие и позволяет закрывать глаза на очевидное нарушение правовых норм, за которыми стоит конечное материальное и физическое здоровье потребителя.

В связи с этим, государственные структуры и, в частности, ФТС России должны принимать меры не только по наказанию, но и по предупреждению возникновения коррупции, в первую очередь, среди своих сотрудников.

Таблица 2 – Динамика показателей работы по противодействию коррупции в таможенных органах за 2020–2022 гг. [1, с. 27]

Показатель	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Темп роста 2022 г. в % к	
				2020 г.	2021 г.
Общее количество уголовных дел возбужденных по материалам подразделений по противодействию коррупции, шт.	266	293	270	101,50	92,15
Из них:					
по преступлениям коррупционной направленности, шт.	148	210	212	143,24	100,95
В том числе					
- в отношении должностного лица таможенных органов, шт.	67	100	76	113,43	76,00
- в отношении взяткодателей, шт.	81	110	88	108,64	80,00
по другим преступлениям, совершенным как должностными лицами таможенных органов, так и другими лицами, в том числе против интересов службы, шт.	63	38	58	92,06	152,6

В таблице 2 представлена динамика противодействия коррупционной деятельности в таможенных органах за последние годы.

Наиболее активно применяются следующие действия в решении обозначенной проблемы:

- соблюдение контроля в сфере предоставлений сведений об обращении в таможенные органы лиц, намеренных совершить коррупционное деяние, от представителей таможенных органов;
- принятие различных мер, которые являются более строгими в отношении проведения служебных проверок, направленных на изыскание потенциальных возможностей уполномоченных сотрудников к совершению противоправных действий;
- совершенствование законодательной базы в сфере таможенного регулирования (разрешение недостатков и устранение пробелов в ней);
- осуществление более строго отбора профессиональных кадров в таможенные органы;
- принятие более строгих мер ответственности в случае совершения коррупционного правонарушения;
- развитие мотивационных направлений, связанных с более реальными планами и уровнем их исполнения, вследствие чего получить желаемый уровень гарантированных премирований сотрудникам таможенных органов будет гораздо проще;
- гарантия процента от раскрытия коррупционных схем сотрудникам таможенных органов.

Тем не менее, положение России в рейтинге уровня коррупции среди стран говорит о низкой эффективности применяемых мер в борьбе со взяточничеством. Для совершенствования системы превентивности можно воспользоваться опытом зарубежных стран, которые занимают лидирующие места по индексу восприятия коррупции.

К примеру, можно обратиться к опыту китайских таможенников, которые яростно относятся к злоупотреблению служебным полномочием, а также иным противоправным действиям, в которых участвуют сотрудники государственных служб [2, с. 27].

Известно, что Китай повсеместно использует роботизированные фигуры, которые функционируют на законных основаниях в структурах многих государственных органов. Китайские таможи, в том числе, оснащены функцией распознавания лица, сканирование которого позволяет изучить базу данных лица (которая скорее всего содержит в себе сведения индивидуального характера) на предмет наличия у гражданина факта, связанного с финансовыми и коррупционными махинациями [3, с. 105].

Таким образом, коррупция, как неизбежное до неопределенных пор, явление присутствует в таможенных органах ввиду материальной заинтересованности отдельных лиц [4, с. 53]. Данную проблему необходимо решать с помощью применения новых методов воздействия запретительного и превентивного характера, что в целом сохранит высокий уровень безопасности национальной экономики.

Литература и источники

1. Исмаилов, С. Т. Антикоррупционная работа в таможенных органах: перспективы применения зарубежного опыта / С. Т. Исмаилов [Текст] // *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. – 2022. – № 65. – С. 102–105.
2. Марченко, А. А. Коррупция в таможенных органах Российской Федерации / А. А. Марченко // *Юридические науки*. – 2023. – № 78. – С. 26–28.
3. Филиппова, И. А. Проблемы борьбы с коррупцией в таможенных органах и пути их решения / И. А. Филиппова, И. А. Земскова [Текст] // *Вестник Ульяновского государственного технического университета*. – 2023. – №1. – С. 56–58.
4. Земскова, И. А. Антикоррупционная составляющая деятельности таможенных органов как необходимое условие развития доверительных отношений с участниками ВЭД / И. А. Земскова [Текст] // В сборнике: *Взаимное доверие государства и общества в*

конституционном строе России. Материалы XIII Международного Конституционного Форума. Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского. Саратов, 2022. – С. 51–55.

Научный руководитель – старший преподаватель Земскова И.А., ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

УДК 351.004.8

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Мортаева П.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
nu.mortaeva@gmail.com

***Аннотация.** Различные направления технологии искусственного интеллекта развиваются стремительными темпами во всем мире. Статья посвящена возможностям использования технологий искусственного интеллекта в системе государственного управления. На примерах зарубежного опыта высокотехнологичных стран и на уже имеющемся опыте применения искусственного интеллекта в российской действительности автором было предложено несколько вариантов внедрения в систему государственного управления в РФ. В статье также рассматриваются существующие барьеры на пути к трансформации государственного управления с использованием искусственного интеллекта.*

***Ключевые слова:** искусственный интеллект, государственное управление, цифровая экономика, цифровые технологии, кибербезопасность, правовая песочница, данные, законодательство.*

Технологии становятся все более прогрессивными и способными выполнять задачи, которые до этого мог выполнить только человек. Примером этого является искусственный интеллект (ИИ), который уже способен писать коды, рисовать, сочинять музыку и даже управлять транспортом. Согласно Национальной стратегии развития искусственного интеллекта на период до 2030 г. введено такое понятие ИИ, которое звучит как «комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека (включая самообучение и поиск решений без заранее заданного алгоритма) и получать при выполнении конкретных задач результаты, сопоставимые, как минимум, с результатами интеллектуальной деятельности человека. Комплекс технологических решений включает в себя информационно–коммуникационную инфраструктуру, программное обеспечение, процессы и сервисы по обработке данных и поиску решений» [1].

Использование ИИ в государственном и муниципальном управлении, в том числе, в концепции электронного правительства является общемировой практикой высокотехнологичных стран [2].

Республика Корея стремится занять лидирующие позиции в использовании технологии блокчейн в государственном управлении в таких областях, как онлайн–голосование, таможенное оформление грузов, система государственных закупок и т.д.

В США предложили способы использования ИИ для борьбы с кибератаками и выявления мошенничества, для системы обработки данных и для оказания помощи общественности в работе с веб–порталами.

В КНР планируется создать ИИ–платформы для поддержки процессов принятия решений в административных органах управления различного уровня: для изучения социальных проблем, оценки эффективности проводимой политики, управления рисками и др. Работа по внедрению инструментов в области общественной безопасности признана важнейшим направлением. Китайская система безопасности использует искусственный интеллект для выявления преступников с помощью видеонаблюдения, сравнивая их лица с базой данных из двух миллиардов человек за считанные секунды.

Правительство Сингапура создает набор инструментов повышения производительности для государственной службы, которые могут помочь в написании текстов и программировании, подобно чату GPT.

Умный город Барселона имеет развитую инфраструктуру, которая включает в себя сеть умных элементов, таких как дома, уличные фонари, системы управления транспортом и многое другое. ИИ помогает контролировать дорожное движение, улучшая координацию и сокращая пробки [3].

Что же касается России? На смену «Цифровой экономике» идёт новый нацпроект — «Экономика данных». В нём, как и ранее в политике цифровизации, одно из приоритетных мест занимает широкомасштабное применение технологий ИИ. Отмечается, что продукты на основе искусственного интеллекта широко используются в России для анализа данных, прогнозирования, оптимизации процессов, автоматизации производства и внедрения удобных и полезных сервисов для граждан и предпринимателей.

Федеральный Закон № 123–ФЗ [4] ввел экспериментальный режим «правовой песочницы» для технологий искусственного интеллекта на территории Москвы. Запрета применения ИИ–технологий нет, но реализация многих инвестиционных IT–проектов ограничена из-за норм профильного законодательства. Многие IT–проекты, работающие с большими данными, могут столкнуться с юридическими рисками, так как их действия могут быть истолкованы как нарушение закона о персональных данных. Закон позволяет компаниям подать заявку, попасть в реестр и получить специальное «индивидуальное» правовое регулирование и доступ к обезличенным персональным данным, однако это возможно только на территории Москвы и только на срок эксперимента, который составляет 5 лет.

Опыт интеграции искусственного интеллекта в России уже представлен такими примерами, как система уличного наблюдения «Умный город» на основе распознавания лиц, применяемая в Москве с 2017 года, используется и в других городах; цифровые помощники (или интеллектуальный чат–бот), которые имитируют разговор с человеком через Интернет, на «Госуслугах» – это цифровой ассистент Робот Макс.

ИИ может помочь в достижении целей, поставленных в рамках национальных проектов. Например, в рамках нацпроекта «Экология» планируется отправлять на сортировку 100% бытовых отходов и в два раза снизить объем захоронения на полигонах. Искусственные нейронные сети, подобно биологическим, распознают объекты и их характеристики слой за слоем, от простых до сложных. Они уже успешно используются для сортировки отходов на бытовом уровне с помощью, например, приложения TrashBack, которое позволяет направлять отходы на переработку и зарабатывать на этом бонусы.

Позаимствовав идею внедрения ИИ–технологий сингапурских коллег, можно создать подобие чат–бота для государственных служащих. Это позволит значительно ускорить и упростить процесс работы с быстро меняющимся законодательством, избежать противоречий в правовых актах, а также ускорить процесс обработки обращений граждан и многое другое.

Технологии также могут использоваться не только для идентификации личности, но и для предупреждения аварийных ситуаций и стихийных бедствий. Для быстрого реагирования на происшествия можно применять системы видеоаналитики, а для прогнозирования потенциально опасных ситуаций можно использовать прогнозную

аналитику. Показать свою эффективность ИИ может и в электросетевой области, как недавно представила Государственная электросетевая корпорация Китая, с помощью размещения датчиков с собственным «мозгом», которые в случае неисправности запустят функцию самовосстановления, автоматически определив место неисправности, изолировав его и восстановив питание.

В зависимости от сферы применения технологии можно использовать для различных целей. В сфере здравоохранения ИИ может помочь анализировать медицинские данные и прогнозировать развитие заболеваний. В образовании искусственный интеллект можно использовать для составления индивидуальных учебных программ и оценки знаний учащихся, а в транспорте – для управления транспортными потоками и оптимизации общественного транспорта.

Это малая часть того, на что способен искусственный интеллект и как он реализуется в данный момент. ИИ может использоваться для более быстрого и точного анализа больших объемов данных, сбора статистической информации и ее предоставления, мониторинга, контроля качества, он может помочь более эффективно управлять бюджетом и использован для обнаружения и предотвращения кибератак на государственные системы.

И несмотря на все достоинства искусственного интеллекта, внедрение такого рода технологии будет длительным и дорогостоящим процессом, что связано с масштабом территории, недостаточным цифровым обеспечением регионов, низким уровнем кибербезопасности, отсутствием доступа в Интернет в отдаленных местах нашей страны. Помимо этого, ИИ может принимать решения на основе ограниченных данных или алгоритмов, что может привести к неэффективным и ненадежным решениям, в частности из-за этого ведутся споры по причине доверия ИИ принимать государственные решения. Внедрение искусственного интеллекта также может повысить уязвимость систем государственного управления, поэтому требуется проводить регулярные аудиты безопасности и разрабатывать механизмы защиты [5].

Таким образом, искусственный интеллект предоставляет целый ряд возможностей для применения в системе государственного управления. Примеры успешного использования искусственного интеллекта в различных областях свидетельствуют о том, что эта технология может значительно повысить эффективность государственного управления. Помимо этого, российскому обществу необходимо переосмысление имеющихся нормативно-правовых актов от процессуального права до гражданского кодекса, разработка специальных законов и нормативных актов, регулирующих применения искусственного интеллекта в государственном управлении, в которых необходимо определить правила использования ИИ, ответственность, прозрачность и защиту данных.

Литература и источники

1. Указ Президента РФ от 10.10.2019 № 490 (ред. от 15.02.2024) «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года»). – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_335184/ (дата обращения: 26.02.2024).

2. Гумерова, Г. И. Электронное правительство : учебник для вузов / Г. И. Гумерова, Э. Ш. Шаймиева. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 254 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-18791-5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 219 – URL: <https://urait.ru/bcode/545785/p.219> (дата обращения: 26.02.2024).

3. 8 примеров применения Искусственного Интеллекта в Государственных службах / [Электронный ресурс] // IT ФАБРИКА : [сайт]. – URL: <https://it-fabric.ru/blog/iskusstvennogo-intellekta-v-gosudarstvennykh-sluzhbakh/> (дата обращения: 26.02.2024).

4. Федеральный закон от 24.04.2020 № 123-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального регулирования в целях создания необходимых условий для

разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта в субъекте Российской Федерации – городе федерального значения Москве и внесении изменений в статьи 6 и 10 Федерального закона «О персональных данных» (последняя редакция). – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_351127/ (дата обращения: 01.03.2024).

5. Искусственный интеллект в государственном управлении // TAdviser. – URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:_Искусственный_интеллект_в_государственном_упр_авлении_Искусственный_интеллект_в_государственном_управлении_\[Электронный_ресурс\]_//_TADVISER_:_\[сайт\].](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:_Искусственный_интеллект_в_государственном_упр_авлении_Искусственный_интеллект_в_государственном_управлении_[Электронный_ресурс]_//_TADVISER_:_[сайт].) – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:_Искусственный_интеллект_в_государственном_управлении (дата обращения: 26.02.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук Евдокимова Е.К., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК: 338.24: 334.75 (575.1)

ИННОВАЦИОННЫЕ СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ИНКУБАТОРОМ

Нарзуллаев Ш.Э.

Ташкентский государственный экономический университет
shodiyornarzullayev74@gmail.com

***Аннотация.** Преимуществом данной статьи является то, что исследованы особенности развития бизнес-инкубаторов с использованием потенциала студенческой молодежи в Узбекистане.*

***Ключевые слова:** идея, коворкинг, инновации, изобретения, разработки, научные открытия.*

Воплощение идеи в конкретные действия и активное внедрение ее в производство – одно из главных условий успешного бизнеса. Но не каждый может это сделать. Потому что для развития любого бизнеса необходимо обеспечить его экономическими ресурсами, то есть финансированием. Чем больше будет капитала, тем больше будет новых бизнес-проектов и количество предпринимателей. После этого формируется предпринимательская среда.

Речь идет о поддержке малого и среднего бизнеса и создании необходимых условий. Не секрет, что в нашей стране за последние годы накоплен значительный опыт в этом плане, а число бизнесменов во всех сферах увеличивается после создания в нашей стране комфортной и свободной бизнес-среды. Налажена деятельность центров и организаций, направленная на оказание финансовой поддержки и юридической помощи каждому гражданину, имеющему четкую бизнес-идею и работающему над перспективными проектами.

Сотни и тысячи идей финансируются и реализуются в коворкингах и инновационных центрах, технопарках и других крупных производствах, действующих во всех регионах нашей страны [1, с. 1–3]. Особенно приятно, что новые изобретения, разработки и научные открытия служат развитию всех областей. Однако еще несколько лет назад мы с удивлением слышали и смотрели только на новые изобретения, созданные иностранцами. Сегодня их создает наша молодежь, талантливые юноши и девушки.

Новые изобретения и бизнес-идеи невозможно представить без научных основ. То есть любая идея базируется на определенных знаниях и исследованиях. Поэтому инвестиции в разведку и финансирование образования считаются важнейшими направлениями в мировой

практике. Об этом свидетельствует тот факт, что большая часть мировых научных исследований, инноваций и открытий создается в образовательных учреждениях.

Не секрет, что одним из основных направлений масштабных реформ, проводимых в новом Узбекистане, является развитие образования и науки. Мы можем много говорить о шагах, предпринятых в этом направлении, и об изменениях за короткое время. Но мы хотим сосредоточиться на экономическом аспекте, то есть с 1 января 2022 года финансовую независимость и дополнительные полномочия получили 35 ведущих государственных вузов [2, с. 3–5]. На первый взгляд это кажется простым решением. Однако умение распоряжаться собственными деньгами можно эффективно использовать для многих целей. Например, финансовая независимость увеличивает возможности формирования бизнес-среды среди студентов, обеспечивая большее финансирование перспективных идей, а также предоставляя ОТМ теоретические знания бизнеса. Благодаря этому студенты обретут финансовую независимость благодаря собственному предпринимательству наряду с учебой. Ведь задача современных образовательных учреждений сегодня – это передача знаний и подготовка кадров, а также формирование личностей, способных обеспечить себя экономически.

Потому что население нашей страны превысило 37 миллионов человек, и более половины этого населения – молодежь. Ежегодно учебные заведения оканчивают тысячи юношей и девушек. Одной из главных проблем является обеспечение выпускников достойной работой. По мнению Бурдые, если во всех учебных заведениях, помимо специализации, будут давать бизнес-знания и направлять студентов на предпринимательство, на рынок труда выйдут больше работодателей, чем соискателей. То есть в настоящее время нам следует больше думать о том, сколько выпускников обзавелось собственным бизнесом, сколько рабочих мест они создали, а не требовать отчетов о том, где нам нужны трудоустройства молодые люди, окончившие учебное заведение. поддерживать.

Для этого он призван дать знания о предпринимательстве во всех сферах образования, увеличить финансовую поддержку талантливых юношей и девушек. Одним из наиболее эффективных решений в этом вопросе может стать создание центров развития бизнеса. Как известно, подобные центры создают благоприятные условия для начального развития малого и среднего бизнеса. Он включает в себя процесс от предоставления студенту предпринимательских знаний до финансирования его перспективного бизнеса.

Мировой опыт показывает, что идеи и проекты молодого поколения в большинстве случаев приносят большую пользу. Но не все молодые мужчины и женщины обладают достаточными практическими и финансовыми знаниями для реализации своих идей. Центры развития бизнеса, введенные в образовательных учреждениях, служат цели формирования необходимых теоретических знаний и практической помощи. Кроме того, такие центры имеют экономическую выгоду, предоставляя различные услуги частному сектору.

В настоящее время бизнес-центры становятся все более популярными. В 80-е годы прошлого века в мире насчитывалось около 100 бизнес-центров, в 1992 году их число достигло 972, а в 1995 году – почти двух тысяч. Сегодня в мире существует более 3,5–4 тысяч крупных бизнес-центров.

Они действуют как инновационный центр, технопарк, технополос, научный парк, образовательно-производственный центр и другие формы [3, с. 2–8]. Основная цель таких центров – освоение ресурсов, доставка инновационной продукции потребителям, создание рабочих мест и содействие экономическому развитию.

В последние годы во многих странах мира подобные центры рассматриваются как успешная форма поддержки бизнеса. Число таких центров продолжает резко расти не только в США, но и в других странах. Такая инновационная система поддержки уже начала развиваться в ряде стран СНГ, в частности, в Азербайджане, Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане и Туркменистане.

Центры развития бизнеса активно входят практически во все отрасли. Потребность в этом есть и в системе образования, а реформы в сфере образования в нашей стране и предоставление финансовой независимости высшим учебным заведениям повышают спрос на такие центры. Кроме того, студенты и молодые интеллектуалы должны с пользой использовать благоприятную, свободную бизнес–среду, созданную в нашей стране.

Один из зарубежных ученых, лауреат Нобелевской премии по экономике Г. Беккер в одной из своих теорий обосновал необходимость как государственных, так и частных инвестиций в интеллектуальный капитал. По его мнению, инвестиции в образование, медицину и социальные программы, направленные на повышение человеческого потенциала, – это поддержка создания новых технологий, которые, безусловно, принесут большую пользу в будущем.

То же самое можно сказать и о центрах развития бизнеса. ВУЗ и частный предприниматель вместе поддерживают создание нового бизнеса, поддерживая идею студента. То есть, если образовательное учреждение создаст здание, место и другие ресурсы, необходимые для деятельности центра, предприниматель будет финансировать бизнес–обучение и практическую деятельность студентов там.

Мировой опыт также показывает, что увеличение количества центров развития бизнеса является эффективным решением ряда проблем. В частности, улучшить экономическую и финансовую деятельность образовательных учреждений, развивать внутренние рынки возможностей, увеличить количество студентов, создающих малый и средний бизнес, полностью использовать ресурсы регионального региона, в том числе капитал, рабочую силу, производственное, природное и другие виды использования, повышение активности стартап–проектов и коммерциализации технологий «ноу–хау». Это само по себе служит повышению уровня жизни за счет обеспечения занятости населения. То есть, чем больше будет предпринимателей, тем больше рабочих мест будет создано в регионах.

Для этого, прежде всего, необходимо разработать источники (модель) финансирования «Центров развития бизнеса» [4, с. 1–6] в национальных вузах. Студенты должны иметь возможность использовать их во всех видах своих бизнес–услуг. При этом перспективные идеи и проекты отбираются экспертным советом на основе заключений нескольких этапов. Успешному студенту будет оказана вся юридическая и практическая помощь в открытии собственного бизнеса.

Еще одной уникальной особенностью центра развития бизнеса является то, что студенту–предпринимателю, начинающему новый бизнес, предоставляются льготные услуги во всех процессах, начиная с аренды здания. Высшее учебное заведение также берет на себя ряд задач по поддержке студенческого предпринимательства. В том числе проведение образовательных мероприятий с кандидатами по основам предпринимательской деятельности, помощь в регистрации молодых предпринимателей, проведение маркетинговых исследований, организация совместного участия в ярмарках и выставках и т.д.

Созданию (открытию) центров развития бизнеса в образовательных учреждениях в настоящее время способствует наличие в вузах учебных аудиторий и учебных лабораторий, оснащенных необходимым современным оборудованием, свободных помещений. Их можно превратить в специальные помещения, где выполняются проекты, и оборудовать необходимыми инструментами.

Словом, пора открывать современные бизнес–центры в вузах. Они служат важной платформой для студентов для реализации своих бизнес–идей. Это воодушевит многих молодых людей и послужит увеличению числа студентов, которые в короткие сроки станут работодателями и предпринимателями. Будут созданы новые субъекты хозяйствования и налогоплательщики, которые смогут создать дополнительную стоимость в малом и среднем бизнесе. Среди выпускников увеличивается число работодателей.

Литература и источники

1. Мирзиёев, Ш. М. Мы решительно продолжим наш путь национального развития и поднимем его на новый уровень / Ш. М. Мирзиёев. –Ташкент: Узбекистан, 2017.592б.
2. «Инновационная деятельность» Республики Узбекистан 24 июля 2020 года. Закон № ORQ–630. – URL: <https://lex.uz>документация.
3. «Развитие инновационной инфраструктуры (технопарки, центры распространения (трансфера технологий) технологий, инновационные кластеры, венчурные фонды, бизнес–инкубаторы и т.д.)» Республики Узбекистан от 29 октября 2019 года «Наука и научная деятельность по» Закону № O'RQ–576. – URL: <https://lex.uz> docs
4. «Государственное управление развитием научной и инновационной деятельности». Указ Президента Республики Узбекистан №ПФ–6198 от 01.04.2021 «О совершенствовании системы». – URL: <https://www.lex.uz>

Научный руководитель – д-р наук, проф. Гафуров У.В., Ташкентский государственный экономический университет

УДК 351:354

АКТУАЛЬНОСТЬ ДЕЙСТВУЮЩЕЙ СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА КЕМЕРОВО ДО 2035 ГОДА

Нахаев Н.И., Сагунова Е.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
nik.nakhayev@bk.ru, KL291198@yandex.ru

Аннотация: *современный, весьма динамичный мир требует от государственных властей проведения множества важных тактических операций, которые нацелены на поддержание порядка и стабильность как на территории отдельных регионов, так и всей страны в целом. Для достижения максимального результата в ходе таких тактических операций, разрабатываются специальные стратегии, которые позволяют увязать все тактические операции в единое целое, комплексно решать возникающие проблемы и развиваться. Каждая стратегия имеет свою особенную методологию, придерживаясь которой можно грамотно составить стратегию и быть готовым ко всем вызовам как внешней, так и внутренней среды. В данной работе рассматривается «Стратегия социально-экономического развития города Кемерово до 2035 года» сквозь призму методологии стратегирования, разработанной академиком – иностранным членом РАН, д-ром экон. наук, профессором Владимиром Львовичем Квинтом.*

Ключевые слова: *стратегия, методология стратегирования, социально-экономическое развитие, город Кемерово.*

Город Кемерово – это крупный промышленный и культурный центр Сибири. У города долгая история, которая началась еще в 1721 году, когда русский рудознатец Михайло Волков обнаружил трехсаженный угольный пласт вверху течения реки Томь. Город Кемерово имеет достаточно большой потенциал, который формируется за счет обладания богатыми природными ископаемыми, необычного географического расположения, постепенно развивающейся инфраструктуры, наличия энергохимического комплекса и др. В городе функционируют множество предприятий различных отраслей промышленности, включая угольную, металлургическую, химическую и др. Также Кемерово является важным

транспортным узлом, через который проходят железнодорожные, автомобильные магистрали и функционирует международный аэропорт.

Развитие страны, регионов и муниципальных образований происходит постоянно, но для того, чтобы направить его в нужное русло, консолидировать мощности и обеспечить комплексное развитие, необходим подробный и грамотный план. На смену привычным в Советском Союзе «пятилеткам» и планированию пришли современные стратегия и стратегическое планирование.

Несмотря на то, что само по себе понятие стратегии пришло к нам еще с незапамятных времен и было связано только с военным искусством, текущая интерпретация термина «стратегия» позволяет использовать ее в совершенно различных областях жизнедеятельности людей. Стратегия – это некоторый набор грамотно проанализированных и четко изложенных положений, которые при последовательной их реализации способны привести объект стратегирования к поставленной цели. Стратегия является неотъемлемым элементом каждого государства, каждой компании, любого человека, которые хотят планомерно развиваться и успешно реагировать на внешние и внутренние вызовы. Стратегия позволяет выбрать истинные ценности, грамотно обозначить векторы развития, консолидировать все элементы объекта стратегирования, предусмотреть риски и, наконец, достичь заветной цели. Но для того, чтобы стратегия была по-настоящему эффективной и могла использоваться нужно соблюдать определенные правила при ее разработке. Эти правила складываются в целую методологию, которая становится основой грамотной стратегии, которая способна отвечать всем современным требованиям и тенденциям.

В современном очень динамичном мире для успешного составления стратегии любого уровня и целеполагания очень важно использовать соответствующую методологию. Для составления многих региональных стратегий и стратегий муниципальных образований используется, на мой взгляд, самая полная и точная методология, разработанная академиком – иностранным членом Российской Академии Наук, доктором экономических наук, профессором Владимиром Львовичем Квинтом.

Согласно методологии В.Л. Квинта: «Стратегия – это результат системного анализа среды, существующих прогнозов будущих условий на основе стратегического мышления, глубоких знаний и интуиции. Конечным продуктом этого анализа является формализованная стратегия, сочетающая предшествующий ей новый прогноз, миссию, видение, приоритеты и долгосрочные цели и задачи с детальным сценарием, требующим осуществления через реализацию стратегического плана с использованием системы стратегического мониторинга его законопослушной реализации» [5]. Следовательно, стратегирование – это процесс разработки и реализации стратегии. Владимиром Львовичем также были сформулированы неотъемлемые этапы, которые должна пройти каждая стратегия, претендующая на успех.

Методология Квинта очень универсальна, что позволяет ей подстраиваться под любые мировые тенденции и всегда поддерживать актуальность любой стратегии, разработанной на основе данной методологии. Данная методология пользуется большим интересом как среди представителей крупного и среднего бизнеса, так и среди государственных управленцев. Стратеги очень оценили вклад В. Л. Квинта в теорию и практику стратегирования различных областей жизнедеятельности людей.

Ярким примером стратегий, разработанных согласно квинтовской концепции стратегирования, являются стратегии социально экономического развития Кузбасса и города Кемерово до 2035 года. Эти две стратегии неразлучно связаны между собой. Региональная стратегия задает общие векторы для развития, ставит задачи для развития региона и выявляет ценности и возможности Кузбасса. Стратегия города Кемерово конкретизирует региональные задачи для городского потенциала.

Проведем анализ «Стратегии социально-экономического развития города Кемерово до 2035 года», выявляя основные элементы стратегии, которые обозначены в соответствии с методологией В. Л. Квинта.

Миссия – один из основополагающих элементов любой стратегии, в котором заключаются все неотъемлемые ценности, составляющие фундамент стратегии. В рассматриваемой стратегии тоже обозначена миссия: «Кемерово — современный город, устремленный в будущее, устойчиво развивающийся, открытый для сотрудничества, комфортный для жизни и привлекательный для посещения» [7]. Согласно концепции В. Л. Квинта, миссия должна ярко отражать уникальность и ценность объекта стратегирования для потребителя. Миссия рассматриваемой стратегии наглядно демонстрирует, центром городской стратегии являются удовлетворенность и комфортность жителей города.

Чтобы вкратце рассказать о социальной ответственности стратегируемого объекта используется еще один элемент стратегии - видение. Благодаря видению можно описать каким будет объект в случае успешного применения стратегия. Такое описание является отличным мотиватором для стейкхолдеров. В кемеровской городской стратегии видение сформулировано так: «Кемерово через 100 лет – это комфортный, чистый и инновационный город-столица, с развитой транспортной инфраструктурой и экологическими придомовыми территориями» [7].

Конечно, пожалуй, самым значимым элементом всей стратегии является цель. Цель – это качественный ориентир реализации стратегического приоритета. Опираясь на миссию и видение, правильно поставленная цель позволяет детализировать приоритеты и возможности объекта. В стратегии города Кемерово предлагается генеральная цель и три стратегических цели, выполнение которых приведет к достижению генеральной. Генеральная цель обозначена так: создание благоприятной среды для жизни и профессионального развития, повышение сопричастности жителей к развитию города [7]. Достижение этой цели обеспечивается достижением 3 стратегических целей:

- сохранение и развитие человеческого потенциала;
- повышение качества городской среды;
- обеспечение динамичного экономического развития города [7].

Такая цель полностью соответствует указным выше миссии и видению. Так как стратегия является комплексной, то есть охватывает множество различных сфер жизни общества, то конкретизация данной цели происходит в определенных частях стратегии.

Что касается ценностей, то четкого формулирования их нет, но можно с легкостью проследить их на протяжении всей стратегии. Стратегия нацелена больше на общественные, чем на индивидуальные ценности, хотя в центре стратегии – кемеровчанин. В ней говорится о том, что Кемерово призван реализовать интересы, материальные и интеллектуальные потребности жителей города, то есть в стратегии заявлены интересы каждого человека, проживающего в городе Кемерово.

Стратегия города Кемерово до 2035 года уверяет, что ее успешная реализация будет зависеть от рационального использования имеющихся ресурсов, при этом значительную роль будут играть денежные средства, выделяемые из бюджетов всех уровней и различных фондов. Все это позволит достичь поставленные цели.

В ходе анализа выяснилось, что Стратегия социально-экономического развития города Кемерово до 2035 года полностью соответствует методологии В. Л. Квинта. В ней достаточно четко сформулированы главные элементы стратегии, что позволяет ей не только прокладывать путь развития города Кемерово в глобализационной среде, опираясь на конкурентные преимущества города, но и учитывать множество рисков.

Подводя итог всему вышесказанному, хочется подчеркнуть, что Кемерово – это город не только с великой историей, но и с перспективным будущим. Постепенное развитие города не останавливается ни на секунду. Современная, сделанная по инновационной методологии стратегия развития способствует модернизации жизни города, по важнейшим векторам. В стратегии обговорены важнейшие элементы, без которых невозможно достичь стратегических целей, а, следовательно, и генеральной. Полная реализация стратегии позволит городу Кемерово выйти на новый уровень во всех сферах жизни общества, что

положительно скажется не только на Кузбассе, но на всей стране в целом.

Литература и источники

1. Администрация города Кемерово: официальный сайт. – Кемерово. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://kemerovo.ru> (дата обращения 11.04.2024). – Текст: электронный.
2. Алабина, Т. А. Роль концепции стратегирования В. Л. Квинта в экономических исследованиях стратегии и ее особенности / Т. А. Алабина. – Текст: непосредственный // Управленческое консультирование. – 2021. - № 9 (153). – С. 45 – 57.
3. Алабина, Т. А. Практика регионального стратегирования в Кемеровской области - Кузбассе: формальные стратегии региона вне и по методологии академика В. Л. Квинта / Т. А. Алабина, Д. Е. Воскобойник. – Текст: электронный // Теория и практика стратегирования : Сборник избранных научных статей и материалов, Кемерово-Новокузнецк-Мариинск-Москва, 17–19 октября 2022 года / Под научной редакцией В.Л. Квинта. – Кемерово: ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», 2022. – С. 299-309. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49546837>
4. Белецкий, А. А. Концепция стратегирования: история и современность. Рецензия на книгу: Квинт В.Л. Концепция стратегирования. Т. 1. СПб.: СЗИУ РАНХиГС, 2019. 132 с. / А. А. Белецкий // Финансы и кредит. – 2019. – Т. 25. – № 8(788). – С. 1949-1952. – DOI 10.24891/fo.25.8.1949.
5. Квинт, В. Л. Концепция стратегирования: монография / В. Л. Квинт. – Кемерово: ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», 2020. – 170 с. – ISBN 978-5-8353-2562-7. – DOI 10.21603/978-5-8353-2562-7.
6. Квинт, В. Л. Стратегирование в современном мире / В. Л. Квинт; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Северо-Западный институт управления. – Санкт-Петербург: Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2014. – 52 с. – ISBN 978-5-89781-510-4.
7. Об утверждении стратегии социально-экономического развития города Кемерово до 2035 года: решение Кемеровского совета Народных депутатов от 27 декабря 2019 года N 294 (в ред. от 27.12.2019). – Текст: электронный // Консорциум.Кодекс – URL: <https://docs.cntd.ru/document/561684287> (дата обращения: 20.04.2024).
8. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Кемеровской области – Кузбасса на период до 2035 года: закон Кемеровской области– Кузбасса от 2 декабря 2018 года N 122-ОЗ (в ред. от 23.12.2020 N 163-ОЗ) // Консорциум.Кодекс – URL: <https://docs.cntd.ru/document/550305101> (дата обращения: 23.04.2024).
9. Российская Федерация. Законы. О стратегическом планировании в Российской Федерации: Федеральный закон от 6 июня 2014 года N 172-ФЗ (в посл. ред. от 17.02.2023). – Текст: электронный // КонсультантПлюс: справочно-правовая система: сайт. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/ (дата обращения 15.04.2024).

УДК 330

РОЛЬ ТРЕТЬЕГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ В ПРОБЛЕМАХ ПУБЛИЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ¹

Некрасова Д.В.

Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук, Пермский филиал
dinaranekrasova@mail.ru

***Аннотация.** В работе представлен анализ третьего сектора экономики Кемеровской области. Проанализированы рейтинговые позиции Кемеровской области по количеству некоммерческих организаций и социально ориентированных некоммерческих организаций, проанализированы возможности некоммерческих организаций в привлечении дополнительного финансирования в регионы. В ходе проведенного исследования был использован метод статистического анализа количественных региональных данных некоммерческого сектора Кемеровской области и регионов Сибирского федерального округа.*

***Ключевые слова:** некоммерческие организации, социально ориентированные некоммерческие организации, межсекторное взаимодействие, третий сектор экономики.*

В современных экономических условиях в регионах и муниципальных образованиях партнером органов государственной власти и местного самоуправления становятся некоммерческие организации. Некоммерческие организации могут перенимать полномочия органов государственной власти и местного самоуправления в части осуществления некоторых социальных услуг путем получения статуса поставщиков социальных услуг; предлагать инновационные варианты для решения социально значимых вопросов, сигнализировать органам государственной власти и местного самоуправления о наличии социально-значимой проблемы; становится инициатором двухстороннего и трехстороннего межсекторного взаимодействия.

Вопросами исследования вовлечения в качестве партнера организаций третьего сектора экономики в решение социальных задач, стоящих перед органами государственной власти и местного самоуправления и становления их своеобразными партнерами органов государственной власти и местного самоуправления занимается ряд авторов. Так, авторы рассматривают в своем исследовании вклад некоммерческих организаций в помощь органам государственной власти в период пандемии [1]; уделяют внимание нормативно-правовому аспекту такого взаимодействия [8]; касаются вопросов вариантов участия структур гражданского общества в регулировании социально-экономической деятельности [9]; обращаются к организации участия некоммерческих организаций в решении вопросов местного значения [2].

Целью исследования является изучение динамики развития и потенциала третьего сектора экономики в Кемеровской области и города Кемерово и роль некоммерческого сектора в партнерстве с органами государственной власти и местного самоуправления.

В Кемеровской области зарегистрировано 2239 организаций, относительно организационно-правовых форм лидируют общественные организации (629 организаций), второе место занимают автономные некоммерческие организации (468 организаций), третье место религиозные организации (349 организаций), четвертое место профессиональные союзы (236 организаций), пятое место фонды (183 организации), шестое место учреждения (109 организаций). Наименьшее количество некоммерческих организаций зарегистрировано в следующих организационно-правовых формах: Адвокатские палаты (1 организация),

¹ Статья опубликована в соответствии с Планом НИР Института экономики УрО РАН 2024 – 2026 гг.

Адвокатское бюро (2 организации), Адвокатское образование (86 организаций), Ассоциации (союзы) (71 организация), Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств (2 организации), Государственно–общественное объединение (3 организации), Казачье общество (12 организаций), Национально–культурная автономия (12 организаций), Некоммерческое партнерство (25 организаций), Нотариальная палата (1 организация).

Относительно соседних субъектов по Сибирскому федеральному округу по количеству зарегистрированных некоммерческих организаций Кемеровская область находится на 6 месте.

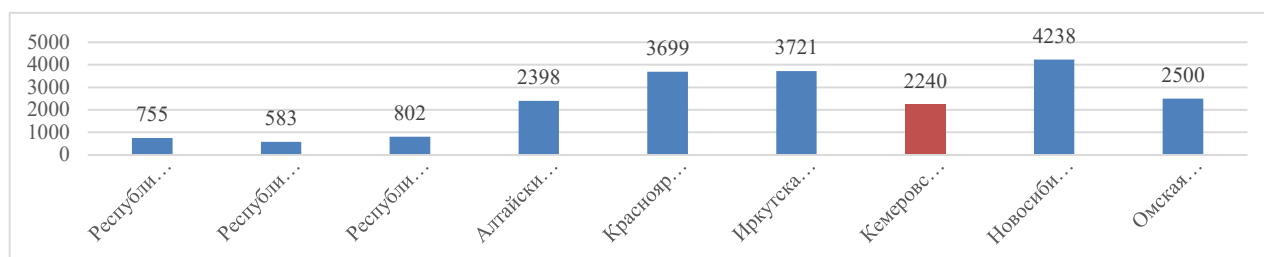


Рисунок 1 – Графическое представление рейтингового места Кемеровской области относительно других регионов Сибирского федерального округа по количеству зарегистрированных некоммерческих организаций, 2024 год

Источник: составлено автором на основании официального сайта Министерства юстиции РФ

<https://minjust.gov.ru/ru/pages/reestr-ekonomicheskikh-organizacij/>

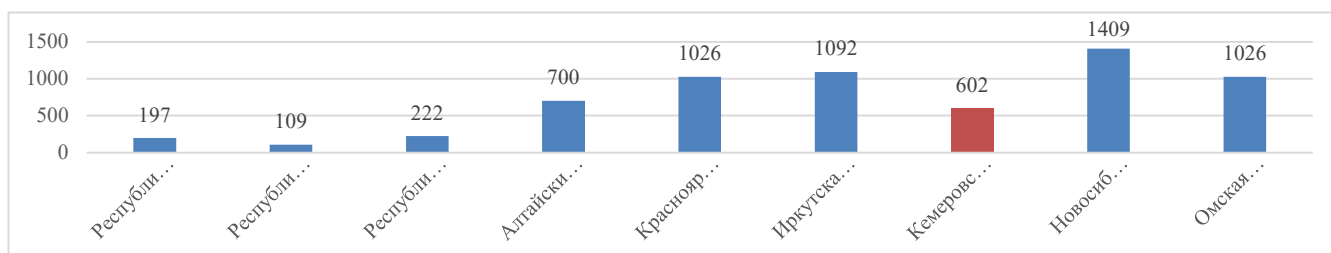


Рисунок 2 – Графическое представление рейтингового места Кемеровской области относительно других регионов Сибирского федерального округа по количеству некоммерческих организаций, имеющих статус социально ориентированных некоммерческих организаций, 2024 год

Источник: составлено автором на основании Официального сайт Министерства экономического развития Российской Федерации (<https://data.economy.gov.ru/analytics/sonko/region/156>)

Так, в Кемеровской области статус социально–ориентированных некоммерческих организаций имеет 602 некоммерческие организации, что составляет 26,6% от общего количества некоммерческих организаций. Так, к примеру, в соседней Новосибирской области 1409 социально ориентированных некоммерческих организаций, что является 33,2% от общего числа некоммерческих организация региона. В Республике Хакасия 222 социально ориентированные некоммерческие организации и это составляет 27,6% от общего числа некоммерческих организаций Республики [7].

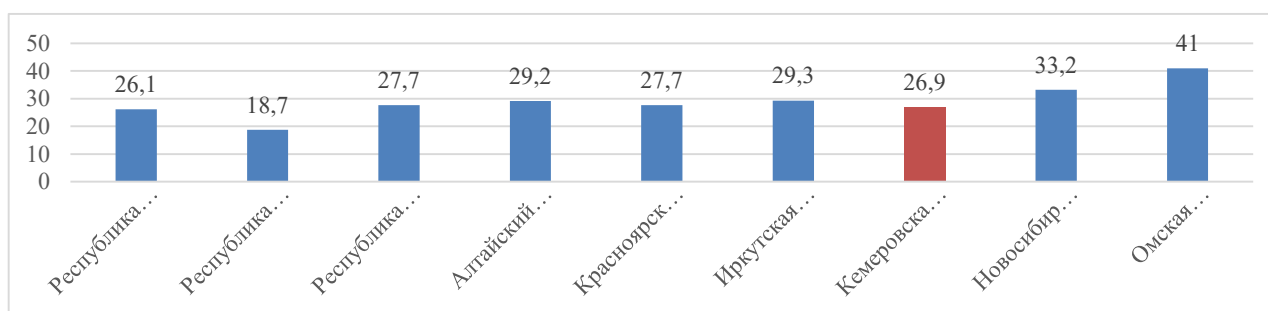


Рисунок 3 – Графическое представление рейтингового места Кемеровской области исходя из процентного соотношения количества социально ориентированных некоммерческих организаций от общего числа некоммерческих организаций, 2024 год

Источник: составлено автором на основании Официального сайт Министерства экономического развития Российской Федерации (<https://data.economy.gov.ru/analytics/sonko/region/156>) и официального сайта Министерства юстиции РФ <https://minjust.gov.ru/ru/pages/reestr-nekommercheskih-organizacij/>.

Так, мы видим, что в Кемеровской области количество некоммерческих организаций находится на шестом месте относительно регионов Сибирского федерального округа. Что свидетельствует о том, что некоммерческий сектор в территории находится в стадии развития и у сектора есть потенциал для становления его полноценным партнером органов государственной власти и местного самоуправления региона. Поскольку некоммерческие организации могут оказывать существенно помогать в работе с социально значимыми проблемами в регионе и муниципальном образовании и вносить вклад в социально-экономическое развитие региона, стоит уделять значительное внимание развитию третьего сектора экономики.

Так, по итогам федеральных грантовых конкурсов в 2023 году Кемеровская область привлекла в регион 24 358 397,6 рублей с помощью Фонда культурных инициатив, 45 466 917,72 рублей с помощью Фонда Президентских грантов [5, 6]. Также в качестве регионального софинансирования региональных грантовых конкурсов Фондом Президентских грантов в Кемеровскую область было привлечено 10 000 000 рублей [6]. Таким образом, в 2023 году анализируя 3 дополнительных инструмента привлечения финансирования в регион было привлечено 79 825 315,3 рублей. В сравнении с Новосибирской областью, в которой гранты предоставляются СО НКО не только на реализацию молодежных проектов, с помощью Фонда Президентских грантов регион привлек 158 686 317,06 рублей, с помощью Фонда культурных инициатив 88022057,47 рублей, софинансирование региональных грантов Фондом Президентских грантов в Новосибирскую область составило 57 530 373 рублей [5, 6]. Итого в 2023 году с помощью федеральных федеральной грантовой поддержки в регион было привлечено 304238747,53 рублей (что в 3 раза больше, чем в Кемеровской области).

Активное участие в развитии некоммерческого сектора в регионах играют региональные ресурсные центры поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций и региональные фонды губернатора/главы региона. В Кемеровской области действует Агентство развития общественных проектов и инициатив Кузбасса, утвержденное органами государственной власти региона. Целью деятельности учреждения является развитие и поддержка общественных проектов и инициатив Кемеровской области [3]. Стоит отметить, что в регионе отсутствует фонд грантов губернатора Кемеровской области, а предоставление региональных конкурсов грантов распространяется только на молодежные проекты, что существенно ограничивает и сужает возможности некоммерческих организаций [4].

Таким образом, одним из вариантов развития третьего сектора экономики региона может стать внедрение в регионе конкурсов для СОНКО по иным направлениям, помимо

молодежных проектов, а также дополнительная работа с третьим сектором экономики по увеличению компетенций в социальном проектировании.

Литература и источники

1. Клишина, Ю. Е. Некоммерческие организации как надежный партнер российского государства в период пандемии COVID–19 / Ю. Е. Клишина, О. Н. Углицких, А. Р. Саркисова // Финансы и учетная политика. – 2022. – № 2(28). – С. 28–33. – EDN RPYDFQ.
2. Организация участия некоммерческих организаций в решении вопросов местного значения / А. В. Авачев, С. Г. Мушаев, Г. Ю. Дадаева [и др.] // Муниципальная академия. – 2021. – № 4. – С. 156–161. – DOI 10.52176/2304831X_2021_04_156. – EDN WMLRBZ.
3. Официальный сайт Агентства развития общественных проектов и инициатив Кузбасса [Электронный ресурс]. – URL: <http://aropi42.ru/>
4. Официальный сайт Гранты Кузбаса Государственное автономное учреждение «Агентство развития общественных проектов и инициатив Кузбасса» [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn--80abrl2baj.xn--80af5akm8c.xn--p1ai/>
5. Официальный сайт Фонда культурных инициатив [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn--80aeeqaabljrdbg6a3ahhcl4ay9hsa.xn--p1ai/>
6. Официальный сайт Фонда Президентских грантов [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/>
7. Реестр социально ориентированных некоммерческих организаций, сформированный в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 30 июля 2021 г. N 1290 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. – URL: <https://data.economy.gov.ru/analytics/sonko/region/156>
8. Сунцов, А. П. Приоритетные направления деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций в современных условиях: правовое регулирование и практика / А. П. Сунцов, А. И. Андриенко // Вестник Сургутского государственного университета. – 2023. – Т. 11, № 2. – С. 112–117. – DOI 10.35266/2312–3419–2023–2–112–117. – EDN NNFMGH.
9. Фомин, А. В. Направления и формы участия структур гражданского общества в регулировании социально–экономической деятельности / А. В. Фомин // Известия высших учебных заведений. Северо–Кавказский регион. Общественные науки. – 2014. – № 6(184). – С. 43–47. – EDN TFMJDL.

УДК 336.71

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОЗДАНИЯ ЭКОСИСТЕМЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Раков А.Ю.

Национальный исследовательский Томский политехнический университет, Бизнес-Школа
Ayr17@tpu.ru

Аннотация. В статье рассмотрено влияние экосистемы коммерческих банков на их конкурентоспособность и эффективность функционирования в рыночных условиях. Создание экосистемы коммерческими банками создает возможность расширения спектра услуг для своих клиентов. Обосновано положительное влияние экосистем на развитие банковского сектора.

Ключевые слова: коммерческий банк, рынок, финансы, услуги, экосистема.

Создание экосистемы коммерческими банками может значительно повысить их эффективность и конкурентоспособность на рынке. В рамках своей экосистемы банки могут предлагать клиентам более широкий спектр продуктов и услуг, включая кредиты, депозиты, инвестиции, страхование и платежные сервисы. Это делает банки более привлекательными для клиентов и помогает им удержать большее количество пользователей банковских услуг.

Интеграция различных финансовых и нефинансовых услуг в единую экосистему повышает удобство клиентов. Например, клиенты могут управлять своими финансами, оплачивать счета, заказывать услуги и совершать покупки, не покидая приложение или сайт банка. Клиенты понимают, что, оставаясь с банком, они получают целый пакет уникальных предложений без дополнительных временных затрат.

Один из примеров, это экосистема "Сбер" – одна из самых крупных и развитых финансовых экосистем в России: "Сбер" – не только крупнейший коммерческий банк страны, но и активно развивающий свою экосистему бизнес, объединяя различные компании и сервисы, чтобы предложить своим клиентам широкий спектр финансовых и нефинансовых услуг. С начала 2010-х годов Сбербанк активно инвестировал в цифровые технологии, разработку онлайн-сервисов, а также приобретал стартапы и компании, чтобы расширить свои возможности и предложения на рынке банковских услуг. Это позволило банку создать масштабную экосистему, объединяющую различные финансовые и нефинансовые услуги. Сбербанк начал выстраивать свою экосистему с 2017 года. Для этого он покупал других игроков финансового и нефинансового рынка. В 2020 году Сбербанк объединил финансовые и нефинансовые продукты и сервисы под единым узнаваемым брендом «Сбер». Также была разработана новая стратегия развития до 2023 года, нацеленная на построение интегрированной экосистемы вокруг клиента.

Среди них такие как:

1. Продукты для здоровья: Сбер Здоровье
2. Доставка продуктов питания: Сбер Маркет
3. Сервис для поиска и покупки жилья: Дом Клик.
4. Онлайн-кинотеатр: Okko.
5. Облачный сервис: Sber Cloud.
6. Технологичные продукты: Vision Labs и ЦРТ.
7. Сервис для поиска работы и сотрудников: Работа.ру.
8. Сотовый оператор: Сбер Мобайл.
9. Сервис по купле-продаже авто: Сбер Авто.

10. Проект для поддержки предпринимателей: «Деловая среда». Тем не менее, не смотря на развитую экосистему, основную свою прибыль Сбербанк получает от вложений в финансовый сектор.

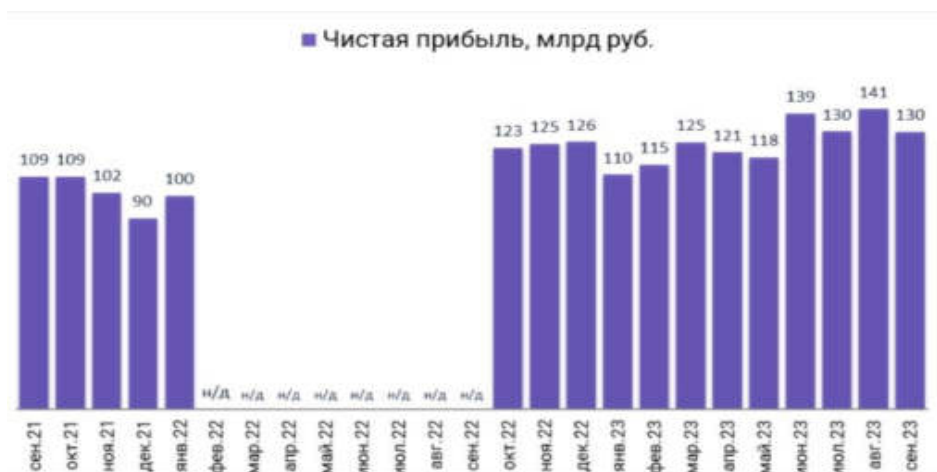


Рисунок 1 – Чистая прибыль РПБУ Сбер (SBER)

В 2020 году выручка от нефинансового бизнеса Сбербанка составила 71,4 млрд руб, что в 2,7 раза больше результата 2019 года.

В 2021 года выручка экосистемы Сбербанка выросла в три раза по сравнению с первым полугодием 2020 года — с 24,7 млрд до 74,7 млрд рублей убыток от экосистемы в размере 19,2 млрд рублей. Показатель выручки вырос более чем в 2,5 раза по сравнению с тем же прошлогодним периодом

По данным 2023 года, доля нефинансовых бизнесов экосистемы в чистом операционном доходе Сбербанка составила 5 %. По планам компании, доля нефинансовых сервисов в общей структуре дохода компании составит не менее 5 %, а к 2030 году — 20–30 %.[2]

Рассмотрим компании в составе экосистемы:

1. ООО “Умный ритейл” (Самокат)

После приобретения Самоката в 2020 году, совместным предприятием Сбербанка и Маил ру групп (впоследствии ставшим полностью подконтрольным Сбербанку), началось развитие.

- 2020 год: оборот — 9 млрд рублей (с НДС).
- 2021 год: оборот — 42,4 млрд рублей (с НДС).
- 2022 год: оборот — 82,5 млрд рублей (с НДС),
- 2023 год: оборот — 165,3 млрд рублей (с НДС).

2. ООО «Инстамарт Сервис» (СберМаркет) [5]

СберМаркет был открыт в 2019 году. Сервис создан на базе онлайн-сервиса доставки продуктов Instamart, который Сбербанк выкупил в сентябре 2019 года.

финансовые показатели сервиса за последние годы:

- 2019 год : оборот — 1,8 млрд рублей (с НДС).
- 2020 год: оборот — 20,72 млрд рублей (с НДС).
- 2021 год: оборот — 58,6 млрд рублей (с НДС).
- 2022 год: оборот — 103,5 млрд рублей (с НДС),
- 2023 год: оборот — 165,6 млрд рублей (с НДС).

3. ООО «Маркетплейс» (Мегамаркет).[3]

В 2021 году Сбербанк купил 85 % доли в маркетплейсе Goods.ru и переименовал его в «СберМегаМаркет», а в 2023 переименовал – в «Мегамаркет».

- 2020 год: оборот — 8 млрд рублей (с НДС).
- 2021 год: оборот — 29 млрд рублей (с НДС).
- 2022 год: оборот — Публикации небыло Единственное, что было раскрыто — двукратный рост ассортимента сервиса.
- 2023 год: оборот — 165,6 млрд рублей (с НДС).

Крупными инвестициями «Сбер» вывел эти компании в лидеры электронной коммерции РФ [1].

Однако у процесса создания экосистемы коммерческими банками есть и недостатки. В частности, требуется вкладывать значительные инвестиции в разработку новых сервисов, либо банк приобретает и интегрирует существующие сервисы. В этом случае, у банка может возникнуть необходимость предоставлять финансовую помощь партнерам при возникновении у них трудностей, дабы избежать рисков для собственного бизнеса. Так же ошибки бизнес-логики систем и уязвимости кода могут привести к утечке информации о клиентах банка из всех сервисов Экосистемы Включающие в себя полные сведения о клиенте.

В заключение следует отметить, что, как и любая бизнес-модель, банковская экосистема имеет свои сильные и слабые стороны, но ее эффективность доказана – растущими финансовыми показателями банка, использующих экосистему в качестве основного вектора развития. Особенно в контексте российского рынка можно сказать, что появление экосистем в банковском секторе положительно сказалось как на самом банковском секторе, так и на его финансовых показателях.

Появление экосистем в банковском секторе положительно влияет как на предпринимателей, так и на потребителей услуг. Экосистемы комфортны этот факт, в сочетании с рациональными и продуктивными изменениями и инновациями, может способствовать быстрой трансформации банков и их адаптации к постоянно меняющейся рыночной среде.

Литература и источники

1. Крупнейшие российские интернет-магазины 2023: рейтинг Data Insight // e-pepper. – URL: <https://e-pepper.ru/news/kрупнейshie-rossiyskie-internet-magaziny-2023-reyting-data-insight.html> (дата обращения: 22.04.2024).
2. «Сбер» впервые раскрыл результаты своего нефинансового бизнеса // Ведомости. – URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2020/11/30/848903-sber-stavku> (дата обращения: 22.04.2024).
3. Оборот СберМегаМаркета вырос в 3,4 раза в прошлом году // Сделано в России. – URL: <https://madeinrussia.ru/ru/news/8349> (дата обращения: 22.04.2024).
4. Сколько зарабатывает и тратит экосистема «Сбера» // РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/finances/29/07/2021/610263199a79477ad513d7e9> (дата обращения: 22.04.2024).
5. Оборот «СберМаркета» в 2023 году составил почти 166 млрд рублей // sostav. – URL: <https://www.sostav.ru/publication/sbermarket-66317.html> (дата обращения: 22.04.2024).
6. Экосистема Сбера // ТАСС. – URL: <https://spec.tass.ru/sber180/ekosistema-sbera> (дата обращения: 22.04.2024).
7. Сбер – цифровая экосистема // СберБанк. – URL: <https://www.sberbank.com/ru/ecs> (дата обращения: 22.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Ермушко Ж.А., Национальный исследовательский Томский политехнический университет

УДК 369.032.2

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ «РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА» И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Санеева Д.А.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал
saneevadacha@yandex.ru

Аннотация. Развитие туризма является одним из приоритетных направлений экономики России. Правительство стремится активно поддерживать эту отрасль. Так как в результате этого стимулируются другие секторы экономики, привлекаются инвестиции, создаются рабочие места, увеличивается налоговая база и сохраняется культурное и историческое наследие страны. Туризм также способствует развитию межнационального и межкультурного диалога, что является важным аспектом в современном мире. Государственная программа «Развитие туризма» является приоритетным направлением в государственном регулировании в сфере туризма.

Ключевые слова: туризм, оценка эффективности и результативности государственной программы «Развитие туризма», проблемы и пути их решения.

Оценка эффективности государственных программ является сложным процессом, который включает в себя оценку достижения целей и затраченных ресурсов. В научной литературе недостаточно разработаны вопросы оценки эффективности проектов в сфере туризма: не учитывается ряд специфических для туризма факторов, влияющих на эффективность; отсутствует специальная методика учёта риска для проектов в сфере туризма. Также несмотря на наличие методики оценки, существуют проблемы, связанные с неточностью прогнозов и возможностью корректировки результатов [1 с. 16].

Основными проблемами оценки эффективности и результативности государственной программы «Развитие туризма» являются:

- **Неоправданные прогнозы по доходам.** Это может привести к снижению финансирования и целевых индикаторов.

- **Сезонность.** Туризм часто подвержен сезонным колебаниям, что может затруднить оценку эффективности программы.

- **Нехватка квалифицированного персонала,** т.к. сейчас внутренний туризм активно развивается и с каждым годом туристов, путешествующих по России, становится больше и больше. Отсутствие квалифицированных кадров в сфере туризма может снизить качество услуг и эффективность реализации программы.

- **Транспорт и логистика.** Недостаточная транспортная инфраструктура и логистические проблемы могут ограничить доступность туристических направлений и повлиять на эффективность программы.

- **Поиск инвесторов и региональных властей.** Привлечение инвестиций и поддержка со стороны региональных властей могут быть сложными задачами, что может повлиять на реализацию программы.

- **Изменение объемов финансирования и целевых индикаторов в течение года.** Это может снизить объективность оценки эффективности программы.

- **Недостаточная разработанность методологии оценки эффективности проектов в сфере туризма.** Это может привести к неточностям и несопоставимости результатов оценки.

- **Неучет специфических факторов, влияющих на эффективность туризма.** Например, политическая нестабильность, стихийные бедствия или изменения климата могут повлиять на туристический поток и эффективность программы.

- **Недостаточный мониторинг и оценка результатов.** Отсутствие эффективной системы мониторинга и оценки результатов может затруднить понимание эффективности программы и своевременную корректировку стратегии. Полученные результаты оценивает само же Министерство экономического развития, которое само же разрабатывает и реализует государственную программу.

Для решения вышеперечисленных проблем требуется комплексный подход, включающий улучшение финансирования, усиление координации между органами власти, активное вовлечение заинтересованных сторон, усиление мониторинга и оценки результатов, развитие инфраструктуры и продвижение на международном рынке.

Основные пути решения проблем оценки эффективности и результативности государственной программы "Развитие туризма":

1. Улучшение мониторинга и оценки результатов программы.

Необходимо разработать комплексную систему показателей. Для этого установить четкие и измеримые целевые показатели для всех ключевых аспектов программы, включая: прибытие туристов, доходы от туризма, создание рабочих мест в отрасли туризма и т.д. Разработать интерактивные панели управления, которые отображают ключевые показатели и тенденции в режиме реального времени. Внедрить передовые технологии: автоматизированные системы сбора и анализа данных, такие как панели управления данными и системы бизнес-аналитики, геопространственные технологии для визуализации и анализа данных по прибытию туристов, доходам и распределению туристов. Создать консультативные комитеты с участием представителей туристической отрасли,

исследовательских институтов и других заинтересованных сторон, для усиления сотрудничества с заинтересованными сторонами. Также проводить опросы и интервью с туристами, и предприятиями туристической отрасли для сбора информации об их потребностях и уровне удовлетворенности. Регулярно пересматривать систему мониторинга и оценки, чтобы обеспечить ее актуальность и эффективность.

2. Повышение прозрачности и открытости программы.

Важно обеспечить доступность информации о целях, задачах, механизмах финансирования, сроках и результатах программы для всех заинтересованных сторон, включая общественность. Это может включать публикацию отчетов, бюджетных документах и другой связанной информации на официальных вебсайтах. Повышение прозрачности и открытости государственной программы способствует эффективному использованию ресурсов, улучшению качества услуг и повышению доверия общества к действиям государственных органов [2 с. 113].

3. Улучшение координации между различными участниками.

Для этого важно определить конкретные цели и основные показатели реализации программы, четкое определение ролей и распределение ответственности различных участников государственной программы. Организация совещаний, конференций или видеоконференций для обмена информацией и документами, отслеживания результатов деятельности и выявления проблем с использованием современных технологий.

4. Поддержка инноваций и развитие конкурентоспособности.

Использование новых технологий и аналитических инструментов для сбора и анализа данных о туристической деятельности, которые могут улучшить точность и полноту информации, необходимую для оценки эффективности государственной программы. Поддержка инноваций через финансовые поощрения, гранты или налоговые льготы. Сотрудничество с частными компаниями и стартапами может способствовать внедрению инноваций в туристическую сферу и созданию новых продуктов и услуг, что повысит конкурентоспособность отрасли. Инвестирование в образование и развитие профессиональных навыков в области инноваций поможет создать команду специалистов, способных эффективно реализовывать программы развития туризма [2 с. 112–113].

5. Обучение и поддержка персонала: Обучение и поддержка персонала являются ключевыми факторами успешной реализации государственных программ развития туризма, поскольку компетентный и мотивированный персонал способен эффективно применять инновационные подходы и достигать поставленных целей [2 с. 113].

6. Анализ и использование лучших практик: Изучение методов и инструментов оценки эффективности и результативности туристических программ в других странах и на международном уровне. Анализ успешных примеров инноваций и развития региональной конкурентоспособности в сфере туризма. Консультации с экспертами и практиками в области оценки туризма [2 с. 114].

Решение проблем оценки эффективности и результативности государственной программы «Развитие туризма» требует комплексного подхода, включающего улучшение мониторинга и оценки результатов программы, повышение прозрачности и открытости программы, улучшение координации между различными участниками, поддержка инноваций и развитие конкурентоспособности, обучение и поддержка персонала, анализ и использование лучших практик.

Литература и источники

1. Вершинина, А. В. Управленец / А. В. Вершинина, Е. Р. Орлова. – Проблемы государственного управления в туристской отрасли России, 2019. – 16 с.

2. Кравченко, М. А. Молодой ученый / М. А. Кравченко. – Государственная поддержка туристической отрасли в контексте новых вызовов, 2022. – 111–114 с.

Научный руководитель – канд. экон. наук., доц. Райхлина А.В., Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

УДК 65.015

ПОДХОДЫ К ПРИВЛЕЧЕНИЮ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ К РАБОТЕ В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Стряпунина К.А.

ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет»
ks.stryapunina@gmail.com

Аннотация. Статья исследует различные подходы к привлечению молодых специалистов к работе в общеобразовательных организациях. Анализируются актуальные вызовы, с которыми сталкиваются школы и другие образовательные учреждения при наборе и удержании молодых кадров. В статье рассматриваются практические стратегии привлечения. Исследование утверждает важность создания привлекательной среды для молодых специалистов и предлагает практические рекомендации для учреждений образования, стремящихся привлечь и удержать талантливых и перспективных преподавателей.

Ключевые слова: учителя, образовательные организации, привлечение молодых специалистов, менеджмент в системе образования

Сложившаяся модель образования в России хронически страдает из-за дефицита педагогов в школах. На сегодняшний день 80% всех субъектов РФ указывают на данную нехватку. В количественном измерении российским школам не хватает около 3–4% педагогов. От общего числа школ около 40% отмечают недостаток педагогов, повсеместной является практика замещений и совмещений ставок.

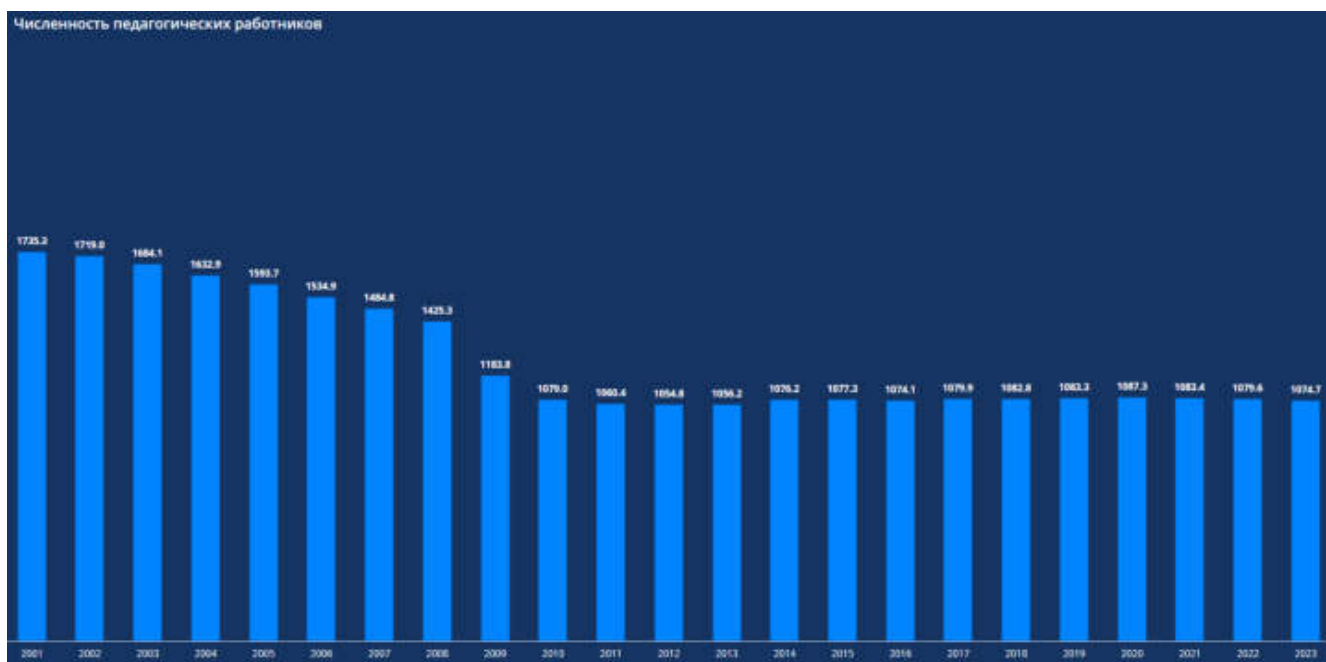


Рисунок 1 – Численность педагогических педагогов в 2001-2023 гг.

В исторической перспективе, как показывают данные ежегодных исследований системы образования РФ ВШЭ и Министерства просвещения РФ, численность педагогического состава неуклонно снижается с начала 2000–х годов. Так, если в нач. XXI в. общая численность преподавателей общеобразовательных организаций составляла более 1,7 млн человек, то в 2023 году это уже чуть более 1 млн человек. Сокращение численности учителей составило почти 40%. Общее количество педагогов в РФ в целом остается на одном уровне с 2010 г. (около 1,05–1,08 млн человек).

При этом, несмотря на общую стабилизацию числа преподавателей нагрузка в пересчете на количество учащихся на 1 педагога показывает неуклонный рост. Если в начале 2000–х гг. на одного учителя приходилось 10–12 учащихся, то сегодня этот показатель удвоился и в последние годы составляет 20 человек на 1 педагога. Подобный рост нагрузки связан соответственно с двумя противоположными трендами. Первый, как было выше указано, это сокращение числа преподавателей с 2000–х годов. В первую очередь, это связано с процессами оптимизации в образовательной отрасли. Второй, прямо противоположный ему – это сравнительно высокая рождаемость на рубеже 2000–2010–х гг. Как итог – уже в 2017 году рост нагрузки на одного преподавателя за один год составил более 20%.

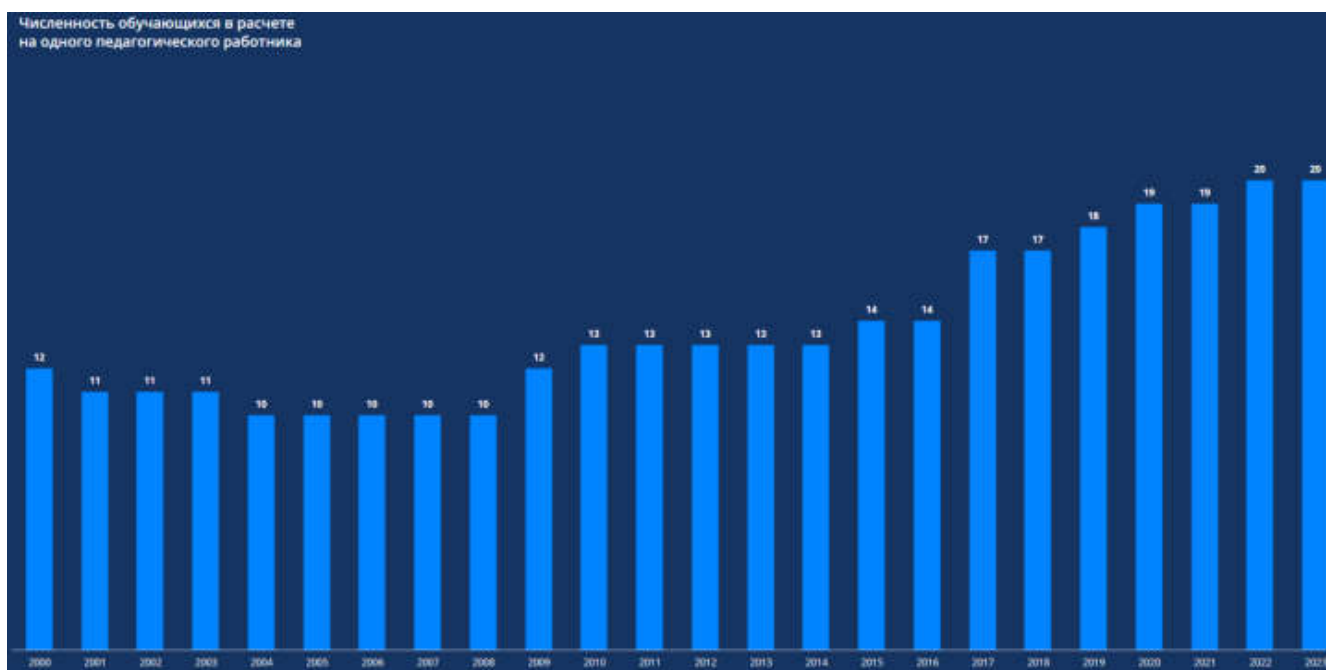


Рисунок 2 – Численность обучающихся в расчете на одного педагогического работника в 2001-2023 гг.

С точки зрения среднесписочного состава по разным уровням общего образования мы также видим повсеместный спад. На каждом из уровней общего образования (начальное, основное и среднее) произошло заметное снижение числа педагогов.

Наибольший спад отмечается у преподавателей начальной школы, что может быть связано с наибольшей сложностью работы ввиду психолого–педагогических особенностей детей младшего возраста.

Причиной увольнения чаще выступает личное желание педагога. Данный аспект остается безоговорочным на всем промежутке изучения. Так на этом основании с работы уходит от 80 до 90% всех учителей, при этом отмечается существенный рост иных причин, что говорит о частичном преодолении ряда проблем в преподавательской сфере, тем не менее большая их часть сохраняется при учете последовательной стагнации и хронического дефицита кадров.

Сами массовые увольнения (в основном, по собственному желанию) носят хронический характер. На сегодняшний день общий масштаб оттока кадров достигает около 190–200 тыс. педагогов в год, при сопоставимом трудоустройстве. Все это свидетельствует о кризисных моментах в развитии отрасли.

Кроме общего дефицита кадров выделяется и проблема гендерной диспропорции. В России, как и в большинстве стран, сфера образования, особенно та ее часть, что связана с несовершеннолетними (общее и дошкольное), практически полностью занята женщинами. При этом с начала 2000-х гг. доля женщин-преподавателей показывала рост, который не остановился и по сей день. Так, если в 2000 г. женщины составляли 79,9% всего педагогического состава, то в 2021 году уже 82,4%. При этом в целом в экономике доля женщин осталась практически неизменной – 48,4% в 2000 г. и 48,6% в 2021 г. Подобная гендерная диспропорция и явный дефицит мужчин в сфере при их активном последовательном сокращении также указывает на существенные трудности в отрасли, требующие внимания со стороны органов публичной власти.

С точки зрения педагогических специальностей общеобразовательных учреждений дефицит кадров также распределен неравномерно. Наглядно видно на представленном ниже рисунке 3, что в прошедшие учебные годы особенно критичной ситуация была в специалистах более узких категорий, особенно тех, что только появляются в современной системе образования, например, тьюторы и т.п.

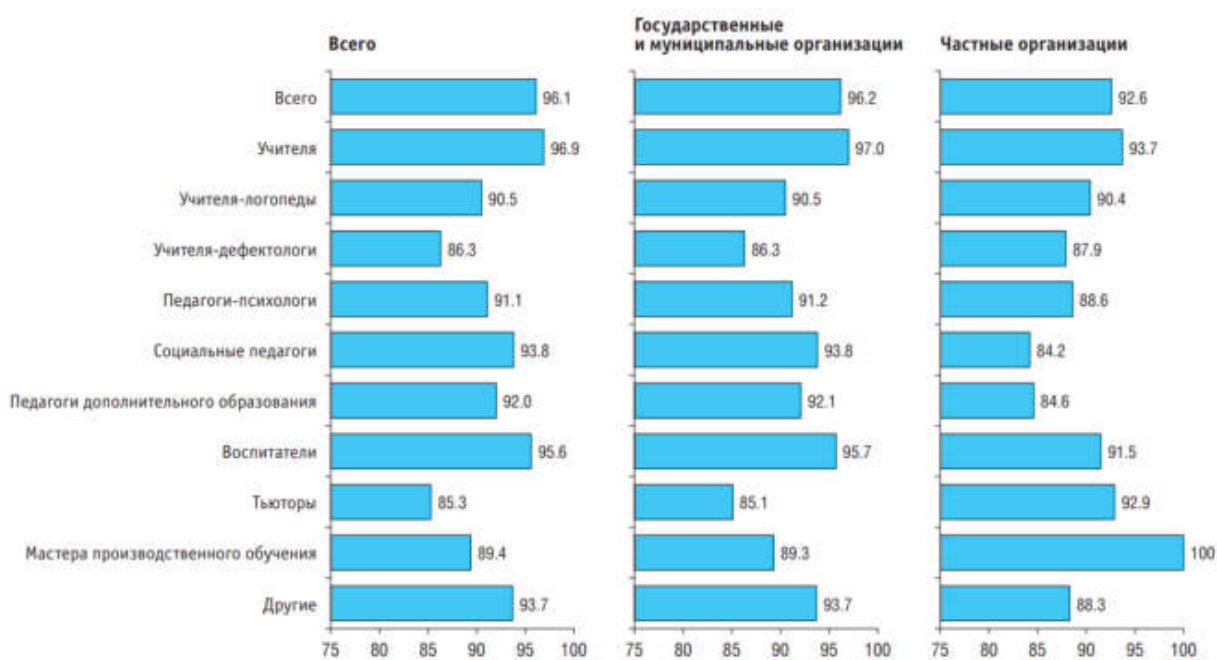


Рисунок 3 – Дефицит кадров

Еще одной важнейшей тенденцией, связанной с дефицитом кадров в отрасли, является старение среднего преподавателя российской школы. Этот аспект напрямую связан с дефицитом в виду повышающихся рисков увеличения числа постепенного ухода из отрасли по естественным причинам. В их число соответственно входят как смерть преподавателей, так и выход на пенсию.

За всеми учителями в России на сегодняшний день закреплены льготы, которые делают данную профессию привлекательней: сокращенная 36-часовая неделя, досрочный выход на пенсию (спустя 25 лет выслуги), увеличенный, оплачиваемый отпуск от 42 до 56 дней в летнее время, доплаты за классное руководство.

В данном случае важно отметить, что именно подразумевает под собой «молодой специалист», поскольку он имеет ряд особенностей:

- Специалист должен закончить курс обучения по программе, имеющей госаккредитацию, в вузе, колледже, техникуме.
- Возраст – не старше 35 лет
- Гражданин должен впервые трудоустроиваться по специальности. С момента получения диплома должно пройти не больше года.

Данные критерии определены 70 статьей ТК РФ, но все же они не определены в программах, связанных с привлечением молодых специалистов в общеобразовательные организации.

Стоит отметить и то, что Федеральным законом от 06.06.2020 № 165–ФЗ «О внесении изменений в статью 46 и 108 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» разрешен допуск студентов к педагогической деятельности, что также будет способствовать привлечению молодежи в школы.

На данный момент в Российской Федерации наблюдается ряд практик, направленных на привлечение молодых специалистов в сферу образования.

Во–первых, выплата «подъемных». Каждый субъект РФ устанавливает свой порядок выплат «подъемных», то есть денежной выплаты, предоставляемой молодому специалисту в качестве стимулирующей меры. Распространенной практикой является внедрение подобных выплат для сельской местности и отсутствие (или ограниченность) подобных выплат для городов. Подобная дифференциация обусловлена большим дефицитом кадров в селах по объективным причинам.

Во–вторых, стимулирующие надбавки. Как правило имеют ежемесячный характер и выплачиваются в дополнение к заработной плате. Размер подобных надбавок также вариативен и зависит от субъекта РФ. Так, в Татарстане она составляет 2510 рублей ежемесячно, в Тверской области 1000 рублей, в Курганской области 3000 рублей.

В–третьих, грантовые программы. Подобные программы как правило представляют собой конкурс педагогов, где участники могут получить денежные выплаты за достижение определенных результатов (как правило своих учащихся на олимпиадах) или же на покрытие расходов по собственным проектам (как правило призванным способствовать профессиональному росту специалиста, решению проблем системы образования и педагогической практики). Подобные примеры сегодня представлены, например в Башкортостане, Татарстане и иных субъектах РФ.

В–четвертых, льготная ипотека. На сегодняшний день на федеральном уровне идет рассмотрение идеи проекта по масштабированию опыта отдельных субъектов РФ в сфере льготной ипотеки для педагогов. Из 89 регионов России в нескольких случаях правительства внедрили различные льготы для молодых учителей, приобретающих жилье в ипотеку.

В–пятых, предоставление жилья. Одним из последних подобную программу запустил Татарстан, где в рамках проекта «Социальная ипотека» было выделено 70 целевых мест для молодых педагогов в прошедшем году.

В–шестых, иные льготы. Наиболее частыми примерами подобных программ поддержки являются различного рода компенсации расходов, связанных с жизнью молодого специалиста. Подобная практика сегодня представлена в Татарстане, где молодым педагогам в сельской местности региональные власти компенсируют траты на коммунальные услуги. В Санкт–Петербурге молодым педагогам в течении 3 лет компенсируют половину стоимости оплаты проезда. Схожая программа есть и в Вологодской области. В Приморском крае предоставляется возврат 50% стоимости найма съемного жилья (но не более 10 000 в месяц) в первый год работы.

Исходя из этих факторов, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день в России разработана программа по привлечению молодых специалистов в сферу образования. Однако, система привлечения практически целиком основана на материальных стимулах, тогда как многочисленные опросы показывают, что главная причина бегства молодых

педагогов из школ – тяжёлая среда (давление администрации и родителей, бюрократизм, показатели эффективности), пока не будут найдены институциональные решения для данного комплекса проблем, школа не будет конкурентна на рынке молодых кадров.

Литература и источники

1. Нехватка педагогов – «реальная, огромная и быстро растущая» проблема всего мира [электронный ресурс]. – URL: Нехватка педагогов – реальная, огромная и быстро растущая проблема всего мира | Forbes Education – обучение за рубежом и в России (дата обращения 24.03.2024)

2. Мартыненко, О. О. и др. Проблема привлечения и профессиональной адаптации молодых учителей: анализ факторов и опыт решения / О. О. Мартыненко // Общество: социология, психология, педагогика. – 2020. – №. 6. – С. 135–143.

3. Индикаторы образования ВШЭ [электронный ресурс]. – URL: Visiology Platform (hse.ru) (дата обращения 24.03.2024)

4. Пойдет в урок: в России может появиться льготная ипотека для учителей [электронный ресурс] URL: Пойдет в урок: в России может появиться льготная ипотека для учителей | Статьи | Известия (iz.ru) (дата обращения 24.03.2024)

5. Индикаторы образования ВШЭ 2018 [электронный ресурс]. – URL: io2018.pdf (hse.ru) (дата обращения 29.03.2024)

6. Индикаторы образования ВШЭ 2023 [электронный ресурс]. – URL: ИО_2023.indb (hse.ru) (дата обращения 29.03.2024)

7. Индикаторы образования ВШЭ 2023 [электронный ресурс]. – URL: ИО_2023.indb (hse.ru) (дата обращения 29.03.2024)

8. Индикаторы образования ВШЭ 2023 [электронный ресурс]. – URL: ИО_2023.indb (hse.ru) (дата обращения 29.03.2024)

9. Есть ли в Пермском крае дефицит учителей? Отвечает Минобрнауки [электронный ресурс] URL: Есть ли в Пермском крае дефицит учителей? Отвечает Минобрнауки — Новости Перми и Пермского края – Properm (дата обращения 24.03.2024)

10. Молодые специалисты в образовании: кто такие и что им положено [электронный ресурс] URL: Молодые специалисты в образовании: ответы на вопросы (skyteach.ru) (дата обращения 29.03.2024)

11. Мартыненко, О. О. и др. Проблема привлечения и профессиональной адаптации молодых учителей: анализ факторов и опыт решения / О. О. Мартыненко // Общество: социология, психология, педагогика. – 2020. – №. 6. – С. 135–143.

12. "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ [электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/cc065f088bd92d312b5fae714377b25f557ac44a/ (дата обращения 29.03.2024)

13. Указ Главы Республики Башкортостан от 3 августа 2023 года №УГ–656 «О грантах Главы Республики Башкортостан молодым педагогам, работающим в образовательных организациях Республики Башкортостан, реализующих образовательные программы дошкольного образования» [электронный ресурс]. – URL: <https://education.bashkortostan.ru/activity/48027/> (дата обращения 24.03.2024)

14. Молодые специалисты в образовании: кто такие и что им положено [электронный ресурс]. – URL: Молодые специалисты в образовании: ответы на вопросы (skyteach.ru) (дата обращения 29.03.2024)

Научный руководитель – канд. ист. наук, доц. кафедры государственного и муниципального управления, Сметанин А.В., ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет»

УДК 351:354

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ИНДЕКСЫ КАК СПОСОБ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Шаронина С.Д.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

sofiya.sharonina@yandex.ru

***Аннотация.** В данной статье обосновывается необходимость использования метода индикативных оценок для определения качества государственного управления. Рассматривается, какие существуют международные индексы оценки качества государственного управления, а также разные подходы к выделению таких индексов. Определяется, исходя из разных практик, какое положение относительно других стран в рейтингах качества государственного управления занимает Россия. По результатам, как зарубежных, так и отечественных исследований было выявлено, что Россия по качеству государственного управления значительно отстает от многих государств. Это свидетельствует о слабой результативности государственного управления. Также в статье обсуждается необходимость разработки стратегии, направленной на повышение качества управления. При проведении анализа были использованы данные международной организации.*

***Ключевые слова:** международные индексы, индекс, индикативная оценка, государственное управление, качество государственного решения, индикативный метод, результативность, эффективность, рейтинг.*

Индикативный метод оценки качества государственного управления в всех сферах жизни общества сейчас приобретает все большую актуальность. Применение разнообразных показателей, индексов и индикаторов, т.е. индикативных оценок, в совокупности со стандартными методами регулирования и контроля позволяет быстрее выявлять ошибки и неточности в принятии государственных решений, а также просчитать возможные упущения и предотвратить их возникновение. Кроме того, в современных условиях цифровизации, в которых необходимо работать с колоссальными объемами данных, индикативный метод анализа способствует созданию историй данных. Это позволяет проводить исследования в динамике и существенно экономит ресурсы. Индексы практически сразу дают нам ясную и наглядную картину той и ли иной ситуации и помогают установить единые нормы оценки.

К сожалению, исследованию вопроса качества государственного управлению практически не уделяется внимание. Зачастую этот аспект лишь косвенно затрагивается в контексте иных проблем. Тем не менее, опираясь на имеющиеся исследования, в частности на работу Братченко С. А. [1, с. 16-17], мы можем дать трактовку понятию «качество государственного управления». Так, качество государственного управления означает умение государства ставить и эффективно осуществлять такие цели реализации государственной политики, которые будут способствовать его устойчивому развитию. Также мы можем сказать, что качество государственного управления есть такая общность институтов, посредством которой возможна реализация функции власти в каждой стране мира [2].

Следует также отметить, что и в литературе, и на практике как в мировом, и в отечественном научных сообществах отсутствует единый подход к измерению качества государственного управления. Однако существует подход, служащий базой для многих других – исследование Группы Всемирного банка (World Bank Group), «Показатели качества государственного управления» («Worldwide Governance Indicators», далее – WGI). В рамках

исследования специалисты обнаружили, что качество государственного управления может быть определено с помощью таких индексов, как учет мнения населения и подотчетность государственных органов, политическая стабильность, эффективность правительства, качество законодательства, верховенство закона, контроль над коррупцией. Как подчеркивается в исследовании, эти шесть индексов служат для разграничения областей государственного управления. Эти индексы практически не зависят друг от друга и позволяют охватить все аспекты государственного управления. Для каждого индекса составляется отдельный рейтинг, в котором, чем ниже положение того или иного государства, тем хуже качество государственного управления в нем. Рейтинг, объединяющий все шесть, не составляется.

Теперь обратимся к отечественному подходу. Исходя из работы Добролюбовой Е.И. [3, с. 20], можно выделить следующие ключевые показатели: обоснованность государственного вмешательства, результативность и эффективность государственного управления. Каждый из указанных индексов включает в себя группу показателей, характерных для той или иной области. По каждому из индексов составляется отдельный рейтинг.

Несмотря на различия в подходах к определению результативности государственного управления, анализ рейтингов, представленных в обоих исследованиях, говорит о следующем. По многим показателям Россия занимает сравнительно низкое положение, по отношению к другим государствам. Качество и результативность государственного управления в нашей стране довольно слабы. Заметен серьезный разрыв с уровнем стран, находящихся в первой половине рейтингов. По данным WGI за 2014 год в 56,9% стран мира качество государственного управления выше, чем в России. Кроме того, мы не можем наблюдать положительных изменений и в 2022 году, что отражено в Рис. 1.

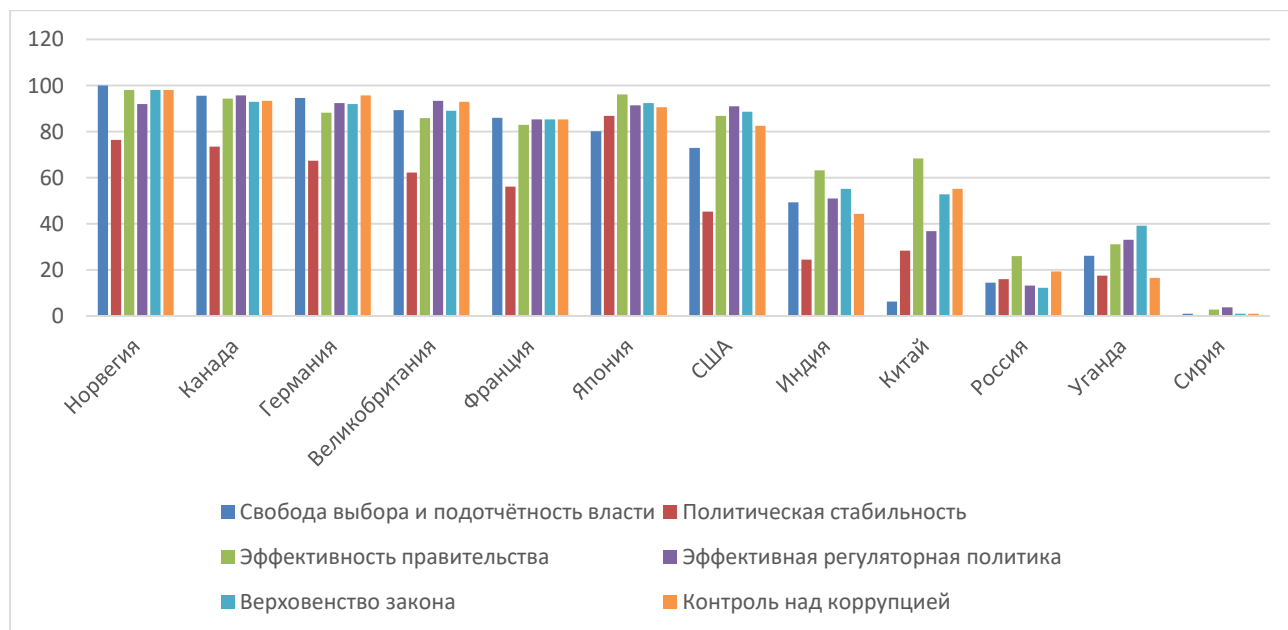


Рисунок 1 – Качество государственного управления в России и других странах. Рейтинг WGI (2022 год)

Источник: составлено по данным [2].

По мнению группы исследователей [4, с. 96], в ближайшем будущем, в связи с обострением внешнеполитической обстановки в мире, Россия вряд ли может получить более высокие оценки по ранее указанным индексам со стороны международных организаций. Но так или иначе, анализ данных показывает, что требуется проведение серьезной работы по улучшению качества государственного управления. Как отмечает в своей работе

Добролюбова Е.И. [3, с. 26], сейчас задачи, направленные на повышение качества государственного управления, освещаются в разных документах стратегического планирования. Отсутствие же единой системы оценки не дает объективно оценить все параметры, определяющие качество государственного управления. Более того, некоторые важные аспекты, оказывающие значительное влияние на эффективность управления, могут попросту не учитываться, т.к. не получили должного внимания. Определенно, требуется разработка такого нового стратегического документа планирования, в котором будут определены цели, задачи и, главное, система показателей качества государственного управления, помогающих обеспечить более результативное достижение национальных целей развития России.

Литература и источники

1. Братченко, С. А. Качество государственного управления: теоретический, методологический и институциональный аспекты: Доклад / С. А. Братченко. М.: Институт экономики РАН, 2021. – 55 с.

2. World Bank Group: Worldwide Governance Indicators 1996-2024: исследование, 2024 – Текст: электронный // Официальный сайт. – URL: Режим доступа: <https://www.worldbank.org/en/publication/worldwide-governance-indicators#doc> (дата обращения 17.04.2024)

3. Добролюбова, Е. И. Оценка качества государственного управления: обоснованность, результативность, эффективность: монография / Е. И. Добролюбова, В. Н. Южаков, А. Н. Старостина. М.: Дело РАНХиГС, 2021. – 282 с.

4. Россия в зеркале международных рейтингов. Информационно-справочное издание / Г. В. Бобылев [и др.]. / отв. ред. В. И. Суслов; ИЭОПП СО РАН. – Новосибирск, 2015. – Автограф, 2015. – 115 с.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Сурцева А.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

СЕКЦИЯ 3

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

УДК 339.13

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТПЛЕЙСОВ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА СФЕРЫ ТОРГОВЛИ

Абдуллаева Т.З.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

taleyabdullaeva@icloud.com

***Аннотация.** В статье проводится исследование влияния цифровых платформ и развития системы продвижения и продажи товаров через маркетплейсы. Осуществляется оценка влияния цифровых технологий на деловую активность и экономическую безопасность торговых предприятий.*

***Ключевые слова:** экономическая безопасность, деловая активность, сфера торговли, торговые предприятия, маркетплейс, онлайн-сервис, онлайн-продажи, цифровая экономика, сетевые технологии*

Актуальность темы. Распространение маркетплейсов оказывает существенное влияние на изменение структуры рынка продаж товаров и является фактором снижения деловой активности торговых компаний офлайн сектора.

Целью статьи является исследование вопросов негативного влияния на уровень экономической безопасности торгового предприятия распространения маркетплейсов.

Под экономической безопасностью торгового предприятия следует понимать такое состояние экономического субъекта, когда ему не угрожают внешние или внутренние факторы, способствующие повлиять на его работу, либо уровень их угроз является незначительным. Одной из особенностей торговой деятельности является то, что денежные средства торгового предприятия постоянно находится в обороте. Вывод денежных средств из оборота или замедления оборачиваемости товаров может привести к возникновению рисков финансовой нестабильности экономического субъекта. Известным является тот факт, что по основному классификационному признаку торговля делится на оптовую и розничную. Как правило, субъекты малого предпринимательства, осуществляющие продажу товаров в розницу, являются предпоследним звеном в цепочке поставки товара от производителя до конечного покупателя. Денежные средства, которые субъекты малого предпринимательства получают от розничной продажи товаров являются их товарооборотом или выручкой. От величины данного показателя зависит возможности торговой организации ввести в оборот дополнительные средства для закупки больших объёмов товаров с целью их последующей реализации.

В настоящее время в эпоху развития цифровых технологий, можно пронаблюдать появление всё новых и новых способов продвижения товаров. Одним из таких способов выступает организация продвижения товаров с помощью цифровых платформ и маркетплейсов. По сути, эти два понятия хоть и являются идентичными, но всё же отличаются друг от друга. Цифровая платформа, как способ продвижения товаров и услуг появилась намного раньше, чем такой способ продвижения, да и само понятие - маркетплейс (marketplace). Под цифровой платформой понимается определённая программа, либо плагин, который устанавливается на сайт и с помощью которого его владелец может организовать продажу товаров и услуг через интернет-магазин. Маркетплейс представляет собой

площадку, которая используется множеством продавцов для реализации своих товаров при помощи создания на ней страниц-магазинов и карточек товаров. Маркетплейсы делятся на 4 тематических категории: товары, услуги, информация, инвестиции. В зависимости от разнообразия представленных категорий, выделяются три вида маркетплейсов: вертикальные, горизонтальные и глобальные [1, с. 35].

На рисунке 1 представлены основные преимущества и недостатки маркетплейсов.



Рисунок 1 – Преимущества и недостатки продажи через маркетплейсы [3, с. 126]

Рост популярности моделей электронной коммерции создает как возможности, так и препятствия для игроков на рынке [2, с. 467]. Последние 3-5 лет организация продвижения товаров через маркетплейсы приобрела особую популярность. Прежде всего это связано с увеличением спроса со стороны населения на приобретение товаров на таких площадках. Для конечного потребителя использования при приобретении товаров маркетплейсов имеет свои преимущества. В частности, широкий ассортимент товаров различных продавцов позволяет покупателям выбрать наиболее оптимальный вариант товара по наиболее оптимальной цене. Также, открытые в большинстве городов и районов этих городов, пунктов выдачи заказов известных маркетплейсов, позволяет покупателем не тратить время на посещение магазина, а забрать необходимую вещь буквально в своём доме.

Проблемными аспектами использования такого формата торговли для покупателей могут выступать: наличие комиссии за доставку и хранение товаров, которая уже включена в его стоимость, штраф за отказ от товара. Кроме того, ряд продавцов жалуются на то, что товары, продаваемые продавцами – однодневками на маркетплейсах, не всегда соответствуют качеству.

В свою очередь, распространение такой системы продвижения и продажи товаров несет огромные риски для субъектов малого бизнеса чья деятельность связана с организацией торговли. Субъекты малого предпринимательства, небольшие магазины, да даже и крупные торговые ритейлеры, ощутили на себе активный рост продвижения товаров через маркетплейсы, когда потеряли клиентов, а как следствие и часть товарооборота.

Для того, чтобы действующий уже предприниматель, имеющий магазин или торговую точку, смог адаптироваться под новые условия торговли и самостоятельно продвигать свои товары на маркетплейсах, он должен внести существенные корректировки в свой бизнес, начиная от системы складирования и заканчивая системой контроля и учёта операции по движению своих товаров и предоставления данных финансовый и налоговой отчётности.

Не каждый предприниматель может адаптироваться под новые условия ведения бизнеса, что ведёт к снижению его деловой активности, а как следствие, появлению финансовых проблем экономической безопасности.

Снижение деловой активности субъектов малого предпринимательства может оказать пагубное влияние на доходную часть местных бюджетов, а также бюджета определённого региона. Снижение налоговых платежей субъектами малого предпринимательства может возникнуть, как на фоне общего снижения объёмов продаж товаров, так и на фоне ухода таких предпринимателей с рынка. Конкурентные преимущества в виде цены и широты ассортимента со стороны крупных маркетплейсов ведут к монополизации рынка сферы торговли. Общая проблема, для страны в целом, для всего населения, заключается в том, что после «выдавливания» с рынка своих конкурентов маркетплейсы могут установить жёсткие условия, а также высокую комиссию за продажу товаров на своей площадке, что приведёт к росту цен и невозможности покупателей найти аналогичный товар в других местах по более низкой цене. Уход с рынка небольших торговых предприятий и закрытие торговых точек также приведут к повышению уровня реальной безработицы.

Финансовая составляющая экономической безопасности торгового предприятия при повышении уровня конкуренции наиболее подвержена воздействию. Недостаток свободных денежных средств для закупки новых партий товаров, осуществления арендных платежей, оплаты труда работников, а также иных расходов на продажу, окажет прямое влияние на уровень, ликвидности бухгалтерского баланса, платежеспособности и финансовой устойчивости торговой организации и может стать фактором возникновения, либо увеличения риска банкротства.

Со стороны государства должны быть приняты все усилия для того, чтобы сохранить малый бизнес в торговой сфере, ведь в настоящее время он даёт довольно значимый удельный вес доходной части местных бюджетов. Введение ограничений в сфере интернет-торговли, а также установление дополнительных требований к онлайн продавцам, а возможно и регулирование данной ситуации с использованием налоговых тарифов, например, введение налога на интернет-продажу, позволит снизить популярность покупок товаров в сети интернет и аккумулировать средства в офлайн торговле. Монополизация или олигополия в торговой сфере просто недопустима. Маркетплейсы являются теми же посредниками, что и обычные торговые предприятия, но имея ряд преимуществ, просто монополизировать рынок, сосредотачивая весомую долю доходов от продажи товаров и услуг в своих руках.

Литература и источники

1. Габалова, Е. Б. Маркетплейс: современный инструмент повышения продаж / Е. Б. Габалова // *Modern Science*. 2021. № 6-2. С. 35-37.
2. Кордина, И. В. Маркетплейс как бизнес-модель электронного посредничества / И. В. Кордина // *Известия Байкальского государственного университета*. – 2021. – Т. 31. – № 4. – С. 467-477.
3. Третьякова, И. Н. Маркетплейс как цифровая платформа продвижения продукта / И.Н. Третьякова // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент*. – 2023. – а Т. 13. – № 6. – С. 125-136.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Секлецова О.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 336:343.72

ФИНАНСОВЫЕ МОШЕННИЧЕСТВА КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

Анненкова Е.А., Сайганова В.М.

ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»
annenkovaeva@sstu.ru, nika3ms@gmail.com

Аннотация. Мошенничества в финансовом мире представляют реальную угрозу экономической безопасности банковской системы. Все чаще экономические субъекты становятся жертвами мошенников, теряя не только денежные средства, но и личные данные. Все это обуславливает актуальность исследования, акцентируя внимание на угрозе безопасности банковской системы в целом.

Ключевые слова: финансовые мошенничества, скимминг, социальная инженерия, фишинг.

С каждым годом проблема финансовых мошенничеств приобретает все большую актуальность. Схемы становятся все более изощренными и жертвами становится все большее количество людей. Так, по данным Банка России по итогам 2023 г. было похищено 15,8 млрд. руб., что больше прошлого года на 11,5%. Больше всего мошеннических операций было совершено с помощью платежных карт (91% все операций). На втором месте операции по счетам (без учета платежных карт) (8%), далее – мошеннические операции с электронным кошельком (рис. 1).

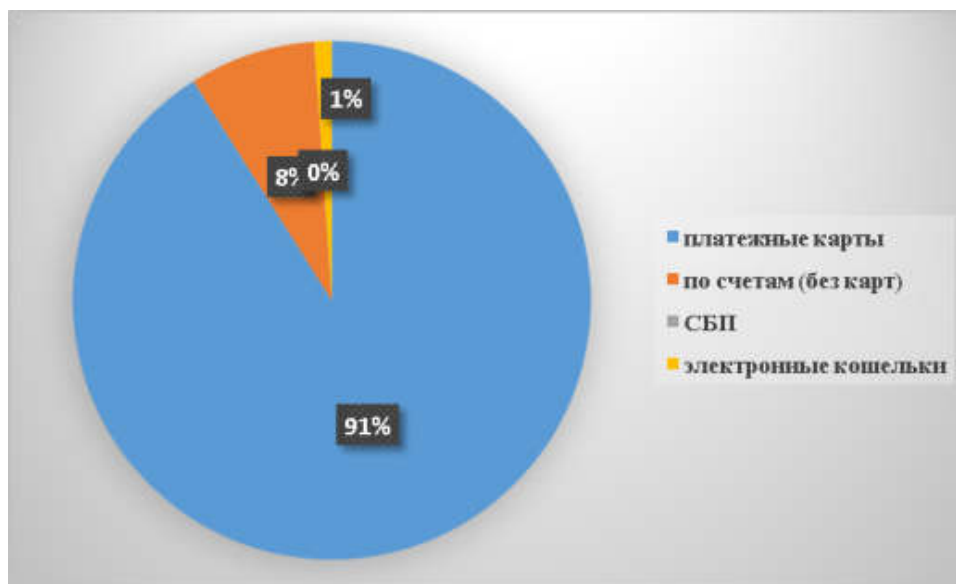


Рисунок 1 – Доля мошеннических операций по итогам 2023 г. [4]

Несмотря на действия мегарегулятора по борьбе с мошенничествами на разных стадиях, процент раскрываемости экономических преступлений остается на низком уровне. По итогам 2022 г. было возвращено 4,4%, или 618,4 млн руб. Однако наметилась положительная тенденция. В 2023 г. процент возврата увеличился на 4,3 проц. пункта. Благодаря эффективной работе антифрод-процедур кредитных организаций злоумышленникам не удалось совершить 34,77 млн мошеннических операций.

Сегодня самой распространенной схемой финансовых мошенничеств является фишинг. Данный способ позволяет выманить у жертв личные данные для дальнейшего использования в мошеннических схемах. Уходят в прошлое многочисленные рассылки на почтовые адреса различного рода писем от дальних «родственников», которые оставили завещание с крупной суммой денег. Не используются сегодня и письма «Нигерийского принца», призывающие помочь человеку, оставшемуся в чужой стране без средств к существованию, но обещающему вернуть все в многократном размере по возвращении на родину. Сегодня все чаще используются письма, призывающие поучаствовать в опросе, принять участие в голосовании в детском, например, конкурсе, где участвует племянница коллеги и т.д. Рассылка такого рода писем осуществляется в основном через мессенджеры и социальные сети. Кроме того, массовая рассылка осуществляется от лица «банка», предлагая перейти по ссылке для подтверждения пароля и т.д. Весенней мошеннической схемой 2024 г. стали звонки от оператора сотовой связи. Суть заключается в том, что для продления срока действия договора на предоставление услуг связи необходимо продиктовать код, который поступит на номер телефона. После сообщения данного кода, денежные средства с банковской карты, попадают к мошенникам. Также разновидностью фишинга выступают звонки от сотрудника службы безопасности Сбербанка или ВТБ. Лжесотрудник сообщает, что в данный момент с банковской карты жертвы совершается перевод. Мошенник просит подтвердить, кто совершает эту операцию, а затем начинает выманывать данные о сумме денежных средств на карте, сроке действия и т.д. Подобные действия не входят в коммуникационное взаимодействие банка с его клиентами.

Подвергаются атакам и российские организации. Чаще всего, жертвами мошенников становятся финансовые организации, ритейлеры. Не являются исключением и сами банки. Однако сегодня они используют новейшие разработки в области техники и технологий для предотвращения атак. Искусственный интеллект отслеживает мошеннические действия и помогает с ними бороться. По данным Банка России внедрение искусственного интеллекта в банковскую отрасль позволило сократить случаи мошеннических действий на 50%.

В основном атаки на компании направлены для хищения данных с целью дальнейшего шантажа. Но присутствуют случаи, когда такую информацию просто выдумывают. Вследствие таких атак организации простаивают до двух недель. Подобного рода схемы используют и в отношении физических лиц. Отслеживая информацию о жертве через социальные сети, либо используя компрометирующую информацию, начинают вымогать денежные средства.

Другой метод предполагает смену пароля в интернет-банкинге. Злоумышленник просит владельца карты сообщить ему SMS-код, подтверждающий смену пароля, и таким образом получает полный доступ ко всем счетам жертвы, которые есть в мобильном приложении банка.

Скимминг в настоящее время используется в России довольно редко. Связано это с тем, что социальная инженерия приносит гораздо больше средств мошенникам и не требует особых финансовых затрат на изготовление специальной накладки на банкомат, как при скимминге.

Мошеннические действия наносят вред не только клиентам банков, похищая их денежные средства, но и банковской системе в целом. Активизация финансовых мошенников негативно отражается на доверии населения к банковской системе. Граждане, которые потеряли сбережения или взяли кредиты, чтобы отдать деньги злоумышленникам, помня о негативном опыте, не торопятся иметь дело с банками в будущем. Доверие к банкам падает в связи с тем, что те, кто потеряли свои денежные средства, считают банки причастными к этому. Не все способны объективно оценить степень вины банка в том, что произошло. Люди рассуждают следующим образом: если деньги ушли с их счета в результате несанкционированной операции, значит, здесь есть и вина банка.

Социальный капитал, то есть доверие людей друг другу, к государству, к бизнесу, некоммерческим организациям, СМИ и банкам — важный фактор, влияющий на экономическое развитие. Когда граждане доверяют властям и финансовым организациям, они активнее тратят средства, не боятся инвестировать и использовать заемные средства, наконец, хранят деньги на вкладах и депозитах, а не под «подушкой». Все это способствует росту экономики. Соответственно, если подрывается доверие к банковской системе, страдает и экономика в целом. Банковская система является кровеносной системой экономики любой страны. Без должного доверия банковская система будет работать со сбоями, а значит и экономика, поэтому необходимо совершенствовать методы борьбы с мошенничествами.

Мегарегулятор совместно с Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации продолжает совершенствовать методы борьбы с мошенничествами. Для этого привлекаются и сотовые операторы, поскольку именно через них происходит наибольшая утечка информации, с одной стороны, и они обладают возможностью блокировки нежелательных звонков. Сегодня многие номера, которые были внесены Банком России в список «мошенников», блокируются и отображаются как мошеннический номер. Такое сотрудничество за 2023 г. позволило сократить на 75% количество звонков с использованием городских телефонных номеров (АВС-нумерация). Тем не менее злоумышленники продолжают активно использовать мобильные телефонные номера (DEF-нумерация), а также мессенджеры, в которых они как осуществляют звонки, так и рассылают вредоносное программное обеспечение и поддельные документы. Кроме того, за этот год более чем в 2 раза выросло количество звонков с использованием нумерации 8-800, но по отношению к общей массе звонков оно остается незначительным (рис. 2).

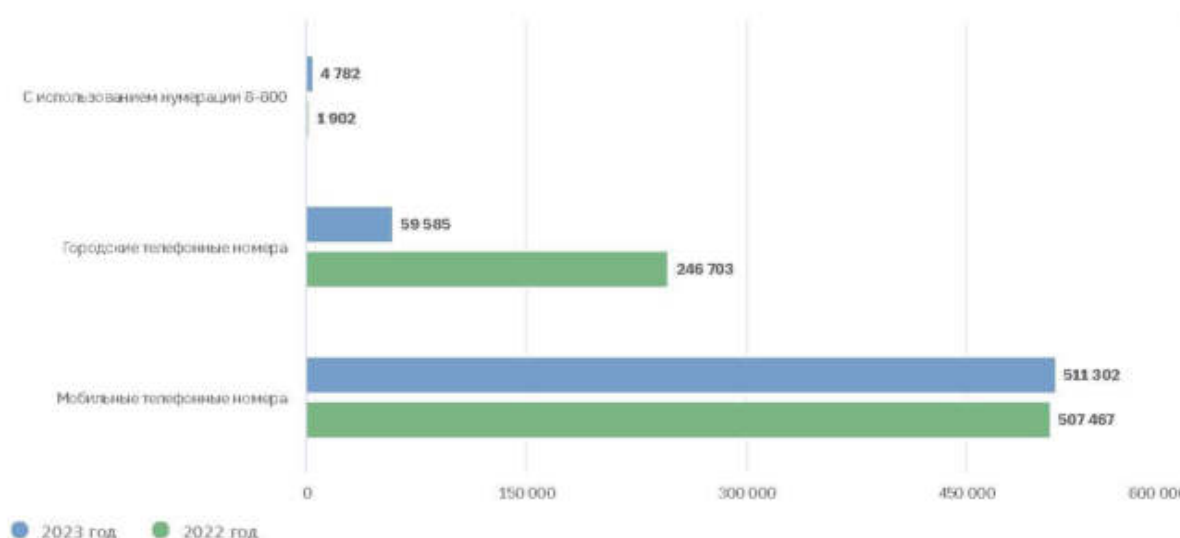


Рисунок 2 – Статистика числа звонков мошенниками в 2023 г., ед. [4]

Таким образом, для поддержания здоровой работоспособности экономики следует продолжать совершенствовать методы борьбы с мошенническими схемами, поскольку вслед за инновациями, меняются и подходы к хищению личных данных, денежных средств и т.д.

Литература и источники

1. Вдовина, Е.С. Цифровизация банковского сектора в современных условиях [Электронный ресурс]: монография / Е. С. Вдовина, М. А. Куликова. – Тамбов: Издательский центр ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2022. – 102 с.

2. Кириллова, М.А. Финансовое мошенничество и его влияние на экономическую безопасность государства / М. А. Кириллова, У. Ф. Рощектаева // Тенденции развития науки и образования. – 2024. – № 105-4. – С. 129-132.

3. Ларионова, С. Л. Механизмы противодействия мошенничеству в системах онлайн предоставления финансовых услуг / С. Л. Ларионова // Финансовые рынки и банки. – 2023. – № 3. – С. 47-52.

4. Развитие финансовых технологий. Банк России [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.cbr.ru>.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Анненкова Е.А., ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

УДК 336.22

РОЛЬ НАЛОГОВОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Антонов А.К.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
antonov.2009@bk.ru

***Аннотация.** В статье рассматриваются целевые ориентиры безопасного развития налоговой системы, ее основные внешние и внутренние угрозы, роль налоговой составляющей в обеспечении национальной экономической безопасности, а также основные направления повышения уровня экономической безопасности в налоговой сфере.*

***Ключевые слова:** налоги, налогообложение, национальная экономическая безопасность, угрозы экономической безопасности.*

В настоящее время существенно значимую роль в поддержании национальной экономической безопасности государства, обеспечении стабильной финансовой системы страны и исполнении взятых на себя государством бюджетных обязательств играет налоговая безопасность, состоящая в стабильно поступающих в доход бюджета налоговых платежей, формировании и функционировании действенных налоговых льгот, которые в должной мере способны поддержать экономику страны. Налоговая составляющая национальной экономической безопасности находится в составе элементов финансовой безопасности и направлена на реализацию следующих целевых ориентиров поддержания безопасного развития налоговой системы:

1. Формирование оптимального соотношения между налоговыми поступлениями в бюджет и выпадающими доходами в виде налоговых расходов, которые образуются в результате реализации льготных программ налогообложения отдельных категорий налогоплательщиков.

2. Создание системы налоговых сборов, оптимизация процедуры исчисления и уплаты налогов со стороны коммерческих организаций и граждан.

3. Контроль за уплатой налогоплательщиками налогов, сборов, отчислений в бюджет и внебюджетные фонды за счет улучшения результативности системы налогового администрирования доходов и расходов.

4. Оптимизация налогообложения, дифференциация его применения для различных категорий населения и предпринимательства.

5. Формирование эффективного и справедливого с социальной точки зрения перечня льгот.

6. Совершенствование механизма реструктуризации задолженности по основному долгу и санкциям в бюджеты всех уровней и внебюджетные фонды.

Налоговая составляющая национальной экономической безопасности определяется эффективностью реализации государством налоговой политики как источника поступлений финансовых ресурсов в бюджет и внебюджетные фонды. Вместе с тем эффективность налоговой политики определяется не только максимизацией доходов бюджета, а сочетает в себе необходимость соблюдения баланса интересов как государственной казны (получателя налогов), так и бизнеса и физических лиц (налогоплательщиков).

Налоговая политика в целях обеспечения налоговой безопасности страны должна быть выстроена таким образом, чтобы обеспечить поступление в бюджет налоговых платежей в том размере, который необходим для реализации и исполнения государством и регионом взятых на себя обязательств. Система налогообложения не должна препятствовать развитию малого и среднего бизнеса, а наоборот должна выступать стимулом для работы и деятельности компаний путем создания для резидентов более выгодных условий по сравнению с ведением бизнеса за рубежом через оффшорные компании. Налоговая политика как элемент поддержания в целом национальной экономической безопасности должна обеспечить паритет между интересами государства, региона, бизнеса, работающей категории населения, лицами, находящимися на государственном и социальном обеспечении в части применения справедливой налогооблагаемой базы, налоговых льгот для определенных слоев и групп населения.

Налоговая политика достаточно сложна и многогранна, охватывает отношения собственности, имущества, финансов и связывает воедино экономическую деятельность коммерческих хозяйствующих субъектов, граждан и государства. Теоретической платформой для построения эффективной и прикладной в экономическом и правовом статусе налоговой политики являются принципы налогообложения. Принципы налогообложения предполагают ориентир на эффективную налоговую политику как для региона, так и для общества, и входящих в него экономических субъектов, также являющихся и получателем собранной налоговой массы в рамках ее распределения по бюджетным обязательствам. Тем самым именно вектор эффективности налоговой политики выступает важным составным звеном формирования принципов налогообложения. Немаловажным аргументом в пользу формирования принципов налогообложения в рамках налоговой политики является постоянная корректировка налогового механизма, реализующего налоговую политику с учетом современных тенденций социально-экономического развития общества. Глобализация общественных отношений, сопровождаемая в свою очередь одновременными процессами дестабилизации международных взаимодействий, требует постоянного изменения и корректировки налоговой системы. Причем зачастую делать это нужно в кратчайшие сроки под резко изменившиеся обстоятельства экономической и политической ситуации. Только грамотно выстроенная и фундаментально построенная на принципах налогообложения налоговая политика способна выдержать такие перегрузки и обеспечить выполнение поставленной перед ней задачи.

Следует отметить, что используемая в рамках налоговой политики система принципов налогообложения не является априори незыблемой и непоколебимой, с учетом меняющейся обстановки в социально-экономической деятельности государства, общества, экономических институтов и бизнеса возможна корректировка данных принципов налогообложения, ранжирования их значимости и степени влияния на общую эффективность налоговой системы. Таким образом, назначение принципов налогообложения в современной налоговой политике имеет многогранное и весомое значение, дает возможность сформировать эффективную и прозрачную налоговую систему, разработать и реализовать налоговую политику страны, направленную на поддержание достаточного уровня национальной экономической безопасности в налоговой сфере.

Налоговая составляющая в обеспечении национальной экономической безопасности также ориентирована на обеспечение стабилизации развития предпринимательства, «предоставление налоговых льгот инновационно активным предприятиям» [1. с. 334], «снижения налоговых ставок по налогам на прибыль и имущество на период выхода предприятий на проектную мощность» [2. с. 214], недопущения чрезмерной налоговой нагрузки как возможного фактора снижения уровня экономической безопасности бизнеса.

Поддержание такого паритета между эффективным налогообложением и экономическим развитием субъектов хозяйствования – основная задача и роль налоговой составляющей национальной экономической безопасности. Без поддержания такого паритета экономика может выйти из равновесного состояния. Возможны к появлению в таком случае и элементы теневой экономики, когда субъекты бизнеса вынуждены скрывать свои реальные доходы из-за высокого уровня давления системы налогообложения.

Контроль за поддержанием оптимального соотношения между параметрами налоговой нагрузки и поддержкой малого бизнеса осуществляют:

- органы власти федерального уровня в лице ФНС России, Министерства экономического развития, отраслевые министерства и ведомства;
- органы региональной власти в части возможности предоставления налоговых льгот из суммы регионального бюджета;
- общественные институты, оценивающие эффективность использования действующих механизмов налогообложения в одновременной увязке с поддержанием надлежащего уровня налоговой безопасности страны и поддержки малого бизнеса в сложный период развития национальной экономики.

Тем самым роль налоговой безопасности в поддержании государственных интересов состоит в успешном применении налогообложения как вектора на обеспечение справедливого баланса интересов между налогоплательщиком и государством. С одной стороны, повышение налогов, ввод в действие новых фискальных инструментов повышает доход бюджетов всех уровней, с другой стороны, отсутствие в действиях государства справедливости и учета предпринимательских и иных интересов налогоплательщиков сразу приводит к развитию теневых элементов экономики. Тем самым принцип сбалансированности является важным постулатом для успешного функционирования налоговой системы, бесперебойного сбора и распределения налоговых платежей. У налогоплательщика должна быть уверенность и в том, что действующие нормы налогового права не будут постоянно меняться в сторону роста налоговых платежей. Это даст возможность как гражданам, так и бизнесу осуществлять свою деятельность по созданию налогооблагаемой базы без возможных опасений. На сторону этой же позиции встают и суды высшей инстанции. Например, в Определении от 28.02.2019г. № 279-О Конституционный Суд РФ прямо указал на необходимость соблюдения баланса прав налогоплательщиков и налоговых органов при определении системы налогообложения.

Основными внешними угрозами налоговой составляющей экономической безопасности страны, на наш взгляд, являются:

- увеличение таможенных пошлин;
- отказ от уплаты отдельных налогов на территории России иностранными компаниями.

Внутренними угрозами налоговой составляющей экономической безопасности России являются:

- недополучение налоговых платежей из-за ухода бизнеса в теневую экономику;
- сокращение налогооблагаемой базы и получение выпадающих доходов бюджета из-за недостаточно просчитанных и не продуманных льгот по налогообложению;
- мошенничество с возвратом НДС.

Цели и задачи обеспечения экономической безопасности в сфере налогообложения включают в себя:

- формирование прозрачной системы налогообложения страны;

- препятствие правоохранительными и налоговыми органами сокрытию налогов, их неуплаты, мошенничеству с возвратом НДС и в целом совершения налоговых преступлений;
- наложение санкционных ограничений на иностранные компании, которые не платят налоги согласно налоговой системы России.

Таким образом, роль налоговой составляющей в обеспечении национальной экономической безопасности помимо непосредственно сбора, администрирования налогов также ориентирована и на сочетание контрольно-фискальных функций государства со стабилизацией развития предпринимательства.

Литература и источники

1. Лямкин, И. И. Противоречие инновационного процесса в сфере торговли / И. И. Лямкин // Траектории реформирования российской экономики : материалы Международного экономического симпозиума, посвященного 50-летию экономического факультета ТГУ, Томск, 16–22 октября 2013 года. Том 1. – Томск: Томский государственный университет, 2014. – С. 326-334. – EDN SSRIPX.

2. Казанцева, Е. Г. Рынки микроингредиентов и их влияние на устойчивость продовольственных систем / Е. Г. Казанцева, И. И. Лямкин // Техника и технология пищевых производств. – 2023. – Т. 53, № 1. – С. 202-216. – DOI 10.21603/2074-9414-2023-1-2424. – EDN HOCFYJ.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Лямкин И.И., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 323.22/.28

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Антонова Я.С., Гурина Р.М.

Белорусский национальный технический университет
antonova20060201@gmail.com, ihyruni@gmail.com

Аннотация. В тезисе рассматривается проблематика обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь путём противодействия коррупции. Раскрывается сущность коррупции, её виды, формы и методы противодействия коррупции. Выделяется значимость обеспечения антикоррупционной безопасности в экономической сфере.

Ключевые слова: коррупция, противодействие коррупции, антикоррупционная безопасность, национальная безопасность.

Коррупция – это противоречащая установленным законам и правилам деятельность должностного лица, который использует свои властные полномочия и доверенные ему права для достижения личной выгоды. К примерам коррупционной деятельности можно отнести: дачу или получение взятки, злоупотребление служебным положением, коммерческий подкуп и так далее.

Национальная безопасность решает экономические, политические и многие другие вопросы в сферах жизнедеятельности людей. Её можно считать самостоятельной единицей в системе международных отношений. Целью национальной безопасности является сохранение национальных интересов страны, то есть потребности по реализации устойчивых интересов личности, которые обеспечивают права, свободы, высокое качество жизни

граждан и суверенитет, развитие страны в целом. Политика национальной безопасности заключается в обеспечении реализации государственных и национальных интересов граждан Республики Беларусь. Кроме того, она гарантирует защищённость ключевых интересов индивида, общества и государства в различных областях их деятельности, включая политику, экономику, оборону, экологию, гуманитарные аспекты, информацию и другие. Направленность национальной безопасности заключается в достижении целей и интересов государства на национальном уровне, кроме того, она направлена на стабильное функционирование и развитие социального общества, что немаловажно для обеспечения стабильности государства в условиях новых вызовов.

Стоит отметить, что нельзя выделить одну наиболее значимую сферу национальной безопасности. Рассмотрим сущность экономической безопасности, как одну из составляющих национальной безопасности. Она представляет собой такое состояние, при котором обеспечивается стабильность, развитие и устойчивость экономики. Это то состояние, при котором государство контролирует движение и использование ресурсов страны. В этом случае коррупционное правонарушение является внутренней угрозой для национальной безопасности Республики Беларусь.

В экономической безопасности одной из главных сфер является коррупционная политика. Она рассматривается как действия над этим сложным явлением, при котором происходят общественно опасные деяния. Коррупция – это умышленное, использование должностными лицами своего служебного положения. Это может быть, например, взяточничество, лоббизм, nepотизм, незаконная приватизации и так далее. От уровня коррупции зависят развитие экономики, финансовая защищённость и политическая стабильность. Если смотреть, на каком уровне находится коррупция в государстве, то можно говорить о надёжности экономических и политических институтов, а также о правах и свободах человека в стране.

Деятельность государства в нынешнее время направлена на достижение антикоррупционной безопасности, что напрямую влияет на экономическую безопасность. Антикоррупционная безопасность – это состояние защищённости жизненно важных интересов личности, общества и государства от коррупционной деятельности [3, с. 2]. В данном контексте коррупция является серьёзной угрозой как для национальной безопасности, так и для её компонентов. Основная опасность коррупции как антигосударственного и общественно опасного феномена заключается в том, что она разрушает основы государственной структуры и принципы конституционного регулирования жизни общества.

Достичь положительных сторон можно при активной и положительной позиции и деятельности граждан, тщательном подборе рабочих кадров на должность и высоком контроле за государственными служащими и должностными лицами. Главным в борьбе с коррупцией является профессиональная этика людей. Во всех странах у человека должен быть не только профессионализм, но и такие моральные качества, как честность, ответственность перед законом, уважительное отношение ко всем людям, дисциплинированность и так далее.

Таким образом, противодействие коррупционным проявлениям – это обязанность не только правоохранительных органов, но и всех государственных институтов [4, с. 10]. В этом случае борьба с коррупцией становится центральным аспектом внутренней политики Республики Беларусь. Для обеспечения национальной безопасности, государство должно уделять повышенное внимание на интересы личности, общества и страны, а также осуществлять их полноценную реализацию и гарантированную защищённость.

Литература и источники

1. Мясникович, М. В. Основные направления обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь. Современное состояние и перспективы / М. В. Мясникович, В. В. Пузилов. – Монография. Минск: «Экономика и право», 2003. – 451 с.
2. Соколова, В. Н. Коррупция: виды, формы и методы борьбы с ней / В. Н. Соколова, – Научная статья. Брянск: «Экономика и финансы», 2020. – 3 с.
3. Волос, А. А. Понятие антикоррупционной безопасности / А. А. Волос, – Научная статья. Саратов: «Право», 2021. – 5 с.
4. Рак, А. В. Коррупция и государство: причины, следствия, меры противодействия / А. В. Рак, – Реферат. Минск: «Экономика и право», 2022. – 10 с.

Научный руководитель – преподаватель Вашкевич Ю.Д., Белорусский национальный технический университет

УДК 336.719

РОЛЬ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

Барбашова С.Е.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
snezha.drk@icloud.com

***Аннотация.** В статье поднимается вопрос, связанный с ролью регионального банковского сектора в банковской системе Российской Федерации и его влияние на экономическую безопасность региона. Были выделены недостатки действующей банковской системы России. Предлагаются инициативы по улучшению экономической стабильности региона, что в свою очередь способствует укреплению общегосударственной безопасности.*

***Ключевые слова:** банковский сектор, экономическая безопасность, региональные банки, финансовая безопасность.*

Банки выступают в качестве посредника между вкладчиками, обеспечивая эффективное распределение финансовых ресурсов. Здоровый банковский сектор характеризуется достаточным уровнем капитала, ликвидности и прибыльности. Такие банки способны выдерживать экономические потрясения и обеспечивать непрерывность финансовых услуг, поддерживая доверие к финансовой системе и предотвращая возникновение кризисов.

Региональные банки предоставляют кредиты предприятиям и домохозяйствам, а это является драйвером экономического роста внутри региона. Инвестиции в основные средства и развитие бизнеса стимулируются доступностью кредитования. К тому же, банковская система значительно упрощает платежи и переводы денежных средств, что повышает эффективность и удобство ведения бизнеса.

Важную роль в защите региона от внешних и внутренних экономических угроз играет, в том числе, и банковский сектор. Коммерческие банки могут предоставить помощь предприятиям и домохозяйствам, пострадавшим от стихийных бедствий и иных чрезвычайных ситуаций. Помимо этого, они могут смягчить последствия финансовых потрясений, таких как экономический кризис или колебания валютных курсов.

Банки, оказывая финансовые услуги физическим и юридическим лицам, выполняют существенную роль в обеспечении устойчивого экономического развития. В связи с тем, что через банки производятся операции хозяйствующих субъектов, данные организации

справедливо сравнивают с кровеносной системой экономики. Для этого банковская система страны, ключевым звеном которой является Банк России, должна обладать необходимыми мощностями, чтобы способствовать достижению стратегически важных задач страны и противостоять внутренним и внешним угрозам [1].

Эффективность банковской системы страны и ее регионов также зависит от качества ее нормативно-правовой базы, а развитие современной экономики напрямую зависит от выполнения банковской системой своих функций и полномочий. В процессе создания международных отношений появляется необходимость менять нормы регулирования финансового сектора в целях совместного предотвращения кризисов. Из этого следует, что национальная безопасность государства во многом зависит от устойчивости банковского сектора. Это обусловлено тем, что эффективность банковской системы оказывает существенное влияние на состояние экономики по всей территории РФ [2].

На законодательном уровне РФ нет четкого определения термина «региональный банк», но он активно применяется. Различные трактовки данного определения опираются на то, что такие банки ведут свою деятельность в пределах региона; формируют свой капитал в основном из региональных источников; привлекают пассивы преимущественно от населения и предприятий региона; оказывают банковские услуги в пределах региона [3].

Преимуществом для региона является наличие в нем развитого сектора региональных банков, так как в этом случае регион может быть активным участником и получателем межрегиональных финансовых потоков, что будет положительно влиять на его экономическую устойчивость. Отсутствие стабильности в регионе способно привести к оттоку инвестиций из региона, что порождает угрозу его финансовой безопасности.

Незначительное число независимых от централизованной власти банков, лишает местные органы власти важных инструментов контроля финансово-кредитных потоков на подведомственных территориях. Это снижает заинтересованность руководителей регионов в обеспечении экономической безопасности и затрудняет совместные финансовые вложения в развитие экономики, в том числе в инновации. Ограничены возможности эффективного управления экономической безопасностью в регионах, что отрицательно сказывается на общенациональной безопасности. Ввиду того, что практически все перспективы для открытия региональных банков в российских регионах исчерпаны действующим законодательством, следует ожидать усиления дисбаланса в уровне экономической безопасности, особенно в регионах с недостаточно развитым или отсутствующим сектором региональных банков.

Для радикальных изменений целесообразно создать учреждение региональных банков. В регионах, где присутствует развитый сектор региональных банков, необходимо проводить политику их поддержания и развития. Это непростая задача в условиях мировой конкуренции. Однако региональные банки и обеспечиваемая ими экономическая устойчивость субъектов РФ существенно влияют на национальную безопасность. Следовательно, государственные структуры должны решить проблему монополизации банковской системы России и урегулировать процесс вывода инвестиций из региональной экономики через банки федерального уровня, что является важным аспектом. Уменьшение количества банков в России приводит к снижению конкурентного потенциала в кредитной сфере. За последние пять лет (с 01.04.2019 по 01.04.2024) количество таких учреждений сократилось с 473 до 356 (на 24,7%) [4].

Эффективным решением могло бы стать перераспределение их функций, к примеру, установление ограничения на размер вкладов от одного вкладчика. Такая мера может нормализовать уровень экономической безопасности в регионах и положительно повлиять на национальную безопасность Российской Федерации [5]. Роль регуляторов – обеспечить контроль за показателями экономической безопасности банковского сектора, способствовать предотвращению рисков с помощью инновационных мер. Инновационные технологии в совокупности с цифровизацией банковской сферы способны не только повысить уровень ее

экономической безопасности, но и способствовать экономическому развитию региона, его устойчивости.

Литература и источники

1. Зиядуллаев, Н. С. Оценка вклада банковского сектора в обеспечение экономической безопасности / Н. С. Зиядуллаев, А. С. Тулупов, У. С. Зиядуллаев // Экономика и математические методы. – 2021. – Вып. 1. – С. 63. – Текст : непосредственный.
2. Разумова, М. А. Стратегическая роль банковской системы в обеспечении экономической безопасности / М. А. Разумова // Актуальные вопросы налогообложения, налогового администрирования и экономической безопасности. – 2018. – С. 345-349. – Текст : непосредственный.
3. Зверькова, Т. Н. Региональный банк: непройденные ступени и неосвоенные формы / Т. Н. Зверькова, А. И. Зверьков // Финансы и кредит. – 2005. – Вып. 7. – С. 28. – Текст : непосредственный.
4. Банк России: М., 2024. Текст : электронный. URL: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/lic/. (дата обращения: 01.05.2024).
5. Белухин, В. В. Влияние региональных банков на обеспечение экономической безопасности региона / В. В. Белухин, К. Т. Ким // Форум молодых ученых. – 2019. – Вып. 6. – С. 189-194. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Шершнева О.И., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 330

ОСОБЕННОСТИ ОЛИГОПОЛИЙ НА ЦИФРОВЫХ РЫНКАХ

Бобриков К.Ю.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Bobrikov.kos@yandex.ru

***Аннотация.** Статья посвящена определению особенностей олигополий на цифровых рынках. Выявлены основные разновидности цифровых рынков, представлены сравнительные характеристики традиционных и цифровых компаний-олигополистов.*

***Ключевые слова:** цифровизация, цифровые олигополии, цифровые олигополисты.*

Олигополизация как экономическое явление ведет свое начало с XIX в., представляя по своей сути процесс устойчивого изменения отношений между участниками рынка определенного товара (отрасли), вызывающего выделение ключевых конститuentов (олигополистов) путем перераспределения объектов собственности, капитала, властных отношений и укрепления их позиций с превращением в отраслевых и рыночных акторов. Одними из значимых факторов, влияющих на олигополизацию, являются научно-технический прогресс и сосредоточение выгод от использования его достижений в руках крупнейших компаний. Стремительное внедрение интернет-технологий во все сферы жизнедеятельности ведет к изменению властных позиций на рынках товаров и услуг. Меняет свои форматы торговля за счет увеличения доли товаров, реализуемых с использованием on-line технологий [1, стр. 43].

Олигополия (от др.-греч. «малочисленный» + «продаю, торгую») – это форма рыночной структуры, при которой на рынке присутствует малое количество крупных производителей

или продавцов. На цифровых рынках, где конечные потребители взаимодействуют с товарами и услугами через интернет, олигополии имеют свои особенности.

Вопросы олигополизации на цифровых рынках и теории олигополии рассматривают в своих работах следующие ученые: С. Б. Авдашева [2], Е. Г. Казанцева [1], Х. Эверби [3], С. В. Орехова [4] и другие. Предметом особого внимания в последнее время являются цифровые олигополии, которые уже активно функционируют, но в их отношении пока не разработаны эффективные формы и методы регулирования.

Процесс цифровизации сопровождается перемещением потребителей из физического пространства в цифровое. В результате на цифровых рынках возникли новые игроки и сложились новые конкурентные условия. Целью статьи является выявление особенностей олигополий, функционирующих на цифровых рынках.

В современной экономике базируются такие цифровые рынки как:

1. Рынок цифровых продуктов и услуг, на котором предлагаются и продаются цифровые продукты, такие как программное обеспечение, музыка, фильмы и др. Сам рынок динамичен, появляются много новых продуктов и услуг. Примером рынка можно считать операторов сотовой связи. Рынок операторов сотовой связи в России является олигополистическим, поскольку на нем присутствуют 4 ведущих компании (Билайн, МТС, Мегафон, Теле2), оказывающие идентичные услуги; барьеры для входа высоки, потому что строительство телевышек довольно затратно; конкуренты взаимосвязаны друг с другом: рынок поделен между компаниями, поэтому любые действия, с одной стороны, влияют на других.

2. Рынок online торговли, на котором действуют известные маркетплейсы, такие как Wildberries, Ozon, AliExpress Россия, Яндекс Маркет, СберМаркет. Торговля в интернет-сети определяется огромным выбором товаров, работ и услуг, и удобством для их потребителей.

На рынке E-COMMERCE в России сегодня наблюдается олигополия, так имеется 5 ведущих маркетплейсов, конкуренты взаимосвязаны, продавцы (продавцы на площадках) продают дифференцированную продукцию.

3. Рынок online платформ. Это рынок представлен соцсетями, облачными сервисами, online образованием и пр. На рынке действуют такие игроки как ВК, Facebook, Twitter, разнообразные виртуальные хранилища. Примером рынка online платформ в России могут служить социальные сети ВКонтакте, Одноклассники, Дзен. Рынок в России олигополистический: имеются 3 конкурента; для входа на рынок необходимы большие массивы данных (сервера) для запуска социальной сети; продукция в основном однородна (люди делятся контентом и общаются между собой, изучают и публикуют новости).

4. Рынок поисковых систем. Это рынок онлайн-поиска информации, товаров и услуг. Российские поисковые системы таковы: Яндекс, Rambler и Mail.ru. Рынок поисковых систем в России олигополистический, потому что олигополистов в отрасли малое количество, пользователи пользуются однородной услугой (поиском информации). Дополнительные услуги достаточно дифференцированы.

5. Криптовалютный рынок. Это рынок обмена и торговли криптовалютами. Рынок характеризуется высокой волатильностью и рисками. На нем действуют специализированные биржи и платформы для торговли криптовалютами. В России криптовалюты не являются платежным средством. Рынок же представлен зарубежными криптобиржами, такими как Binance, OKX, Bybit, HTX, KuCoin и др. Олигополия обусловлена небольшим количеством криптобирж; вход на рынок затруднен, так как крупные биржи захватили большинство пользователей; рынок криптовалют однороден.

Одной из основных причин формирования цифровых олигополий является высокий уровень концентрации данных пользователей и контента на платформах крупных компаний. Благодаря этому они обладают большими возможностями для монопольного поведения на рынке, и конкуренция становится менее эффективной. Субъектами олигопольных рынков являются олигополисты. Приведём сравнительную характеристику цифровых и традиционных олигополистов (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительные характеристики традиционных и цифровых олигополистов

Традиционные олигополисты	Цифровые олигополисты
Обычно контролируют отрасли производства товаров (например, автомобильная, нефтедобывающая промышленность)	Чаще всего доминируют в сфере онлайн-сервисов и платформ
Расширение происходит более продолжительное время и может не увенчаться успехом	Могут быстро расширять свои предложения за счет доступности интернета и технологических возможностей
Высокие входные барьеры в связи с высокой стоимостью производственных мощностей	Высокие входные барьеры из-за необходимости вложений в цифровые технологии и инфраструктуру
Расширение требует времени и инвестиций для экспансии за пределы регионального рынка	Могут оперировать на глобальном рынке сразу после запуска своих сервисов или продуктов
Отработанные формы и методы антимонопольного регулирования	Формы и методы регулирования находятся в процессе становления
Действие в рамках холдингов, стратегических альянсов	Создание экосистем, чтобы предоставлять более широкий спектр услуг для потребителей, что может еще больше укрепить их доминирование на рынке
Полагаются на более традиционные методы анализа рынка, осуществляют переход к цифровым технологиям сбора и анализа информации	Цифровые олигополисты используют алгоритмы и искусственный интеллект для анализа потребителей, определения стратегий ценообразования и поведения на рынке

Источник: составлено автором по [4].

Рассмотрим основные особенности олигополистов, функционирующих на цифровых рынках.

1. Сильное сетевое влияние. Цифровые олигополисты обычно обладают сильным сетевым эффектом, что создает барьеры для конкурентов и обеспечивает доминирование тех компаний, которые первыми достигли критической массы пользователей. Функционирование цифровых олигополистов в составе экосистем позволяет быстро наращивать количество пользователей, удерживать их и еще в большей степени наращивать свои масштабы.

2. Монопольный контроль над данными. Цифровые олигополисты часто имеют монопольный доступ к огромным объемам данных о пользователях, что позволяет им улучшать свои продукты и услуги и создавать кастомизированные товары и услуги, увеличивая конкурентные преимущества.

3. Инновации и технологическое превосходство. Цифровые олигополисты часто являются лидерами в области инноваций и новых технологий, что позволяет им удерживать свои позиции и оставаться конкурентоспособными. Формирование отраслевых стандартов является фактором закрепления лидирующих позиций.

4. Экономические масштабы. Цифровые олигополисты могут достигать значительных экономических масштабов, что увеличивает их конкурентоспособность и способствует укреплению доминирующего положения на рынке. Цифровые олигополисты стремительно наращивают свои позиции в глобальных рейтингах, обгоняя традиционные олигополистические компании.

5. Риск ущемления конкуренции. Из-за монопольного положения цифровые олигополюсы могут оказывать давление на конкурентов, вступать в сговор, не допускать на рынок мелкие компании, ограничивать выбор потребителей и тем самым затруднять развитие конкуренции на рынке.

Особенности цифровых олигополюсов и их акторов – олигополистов – требуют новых подходов к их регулированию с учетом транснационального и сетевого характера деятельности. В связи с этим для выработки действенных методов регулирования требуется осуществлять международное взаимодействие.

Литература и источники

1. Казанцева, Е. Г. Влияние цифровой трансформации на олигополизацию экономики / Е.Г. Казанцева // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2019. – № 2(36). – С. 43-49.

2. Авдашева, С.Б. Тенденции и факторы изменения концентрации производства в российской промышленности / С. Б. Авдашева // Инновационное развитие экономики России: национальные задачи и мировые тенденции: международная конференция, Москва, 23-25 апреля 2008 г.: сб. статей: в 2 томах. – М.: МАКС-Пресс 2008. – Т. 1. – С. 223.

3. Øverby, H. Introduction to Digital Economics: Foundations, Business Models and Case Studies / H. Øverby, J. A. Audestad; 2nd ed. // Springer Nature Switzerland AG. – 2021. – 370 p.

4. Орехова, С. В. Промышленные предприятия: электронная vs. традиционная бизнес-модель / С. В. Орехова // Terra Economicus. – 2018. – Т. 16, № 4. – С. 77-94.

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Казанцева Е.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 658

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ПРИ ПРОВЕРКЕ КОНТРАГЕНТОВ

Борноева С.А., Хнкоян Р.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
boronoyeva@inbox.ru, rimmakhnkoyan@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются возможности искусственного интеллекта в целях проверки контрагентов. Рассмотрены преимущества и проблемы, которые возникают при проверке контрагентов с помощью искусственного интеллекта. Представлены результаты тестирования сервисов на предмет их надежности при проверке контрагентов.

Ключевые слова: проверка контрагентов, искусственный интеллект, чат-боты для проверки контрагентов, надежность контрагента.

Проверка контрагентов на предприятиях в настоящее время является обычной деловой практикой. Для экономии ресурсов рабочего времени сотрудников и повышения точности проверок на предприятиях расширяется использование результатов оценки состояния контрагентов, выполненных с использованием систем искусственного интеллекта (ИИ). Целью работы является исследование возможностей применения ИИ при проверке контрагентов. При выполнении работы проведено тестирование информационных систем с использованием ИИ для проверки достоверности генерируемых и представляемых сведений.

Проверка контрагента – сбор и анализ информации о любом юридическом лице и/или индивидуальном предпринимателе, который позволяет сделать правильные выводы о перспективах сотрудничества. Применение ИИ позволяет автоматизировать процесс проверки; анализировать большие объемы данных, например, финансовую отчетность, судебные решения и пр. из открытых источников; предсказывать риски взаимодействия с контрагентом; осуществлять постоянный мониторинг деятельности контрагента и своевременно реагировать на изменения, снизить риск ошибки и увеличить точность проверки.

Было проведено тестирование возможностей бесплатных сервисов и чат-ботов (Rescore, ВБЦ, Export Base, Agent FNS bot, Joy_Robot_Bot, Checkpartnerbot, а также нейросети Perplexity.ai) на предмет оценки ООО «XXX» (реальное название скрыто) как потенциального контрагента. Выделены следующие критерии оценки: соответствие результатов действительности (сравнение с информацией на официальных сайтах ФНС, Федресурс и пр.) количество доступной информации. Результаты исследования представлены в таблице 1.

Лучшими результаты показали сервисы Rescore.online и ВБЦ. По 5-бальной шкале они получили оценку «5», исходя из соответствия данных действительности и большого количества анализируемой информации. В 4 балла оценены чат-боты ExportBase и CheckPartnerBot. Несмотря на то, что сведения точные, их стоит перепроверять, ведь чат-бот берет информацию из источников, достоверность которых надо проверять. AgentFNS_Bot и Joe_robot_bot оценены в 3 балла, так как они представили в отчете недостоверные и неактуальные сведения. Нейросеть Perplexity.ai оценена в 2 балла, так как данные не всегда были достоверны.

Сервис rescore.online, способен производить анализ финансовой деятельности предприятия по специальному алгоритму, прогнозировать вероятность банкротства с помощью ИИ, определять категорию платежеспособности, формировать заключение о финансовой устойчивости. Максимальный рейтинг контрагент может получить, набрав 800 баллов. Компания может быть определена как «сверхнадежная», «надежная», «рисковая» или «безнадежная», в соответствии с чем определяются кредитные лимиты и условия работы с контрагентом. Сервис определяет статус компании, открыто ли дело о банкротстве, категорию платежеспособности, вероятность банкротства и финансовую прочность, дает рекомендации по сотрудничеству, например, с компанией можно работать на условиях отсрочки платежа/аванса.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика сервисов для проверки контрагентов

Сервисы	Критерий сравнения		
	Достоверность	Количество доступной информации	Оценка
Rescore.online	Сведения достоверны	Общие сведения (ОГРН, ИНН, статус и т.д.), вероятность банкротства, анализ платежеспособности, судебные дела, исполнительные производства, госконтракты, залоговые обязательства, учредители, директор, анализ негативных факторов, расчет финансовых коэффициентов, налоги и сборы, бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах	5
ВБЦ. Проверка контрагентов	Сведения достоверны	Общие сведения, учредители, изменения в ЕГРЮЛ/ЕГРИП, сведения о лицензиях, финансовая и бухгалтерская отчетность, история участия в госзакупках, история проверок с расчетом вероятности будущих проверок, жалобы в ФАС, арбитражные дела, исполнительные производства, присутствие в реестре недобросовестных поставщиков, отзывы сотрудников и партнеров	5

Бот ExportBase	Сведения достоверны	Общие сведения, контакты, руководитель, учредители, количество работников, размер и прирост прибыли и выручки, рейтинг по объему выручки и прибыли в регионе и в отрасли, проверка блокировки счетов, проверка обеспечительных мер, аффилированные организации	4
CheckPartnerBot	Сведения достоверны	Общие сведения, лицензии, финансовая отчетность, количество работников, среднемесячная ЗП в организации, сведения о суммах судебных исков, факт недобросовестного поставщика, статистика закупок, анализ финансовой отчетности, проверка блокировки счета, дисквалифицированные лица, реестр массовых руководителей, важные факторы и риски, получение выписки из ЕГРЮЛ	4
AgentFNS_Bot	Недостоверные и неактуальные сведения о выручке компании	Общие сведения, директор, учредители, наличие в списках 764-П, численность сотрудников, размер и прирост прибыли и выручки, сведения об уплаченных организацией суммах налогов и сборов, проверка блокировки счетов, возможность мониторинга изменений, получение выписки ЕГРЮЛ	3
Joe_robot_bot	Ошибки в строках бухгалтерского баланса, финансовых показателях	Общие сведения, рейтинг компании, риски, генеральный директор, размер и прирост прибыли и выручки, текущие судебные дела, контакты, финансовый анализ, отчет о финансовых результатах и бухгалтерский баланс	3
Perplexity.ai	Недостоверные сведения о рентабельности	Обладает небольшим объемом информации про компанию из открытых источников, определяет дату регистрации, размер уставного капитала, лицензии, рентабельность и на основании этого делает вывод о надежности компании	2

Источник: составлено авторами самостоятельно.

«ВБЦ. Проверка контрагентов» представляет собой синтез широкой базы данных о субъектах бизнеса и анализа на базе ИИ с применением многофакторных скоринг-моделей. Сервис оценивает лимит сделки и надежность компании в баллах, вероятность риска и пр.

Бот Export Base позволяет получать актуальные реквизиты и контактные данные компаний и ИП, состояние банковских счетов на предмет их блокировки, рейтинг в регионе и в отрасли по объему выручки и прибыли, выявляет аффилированные организации и проверяет наличие обеспечительных мер и пр.

Бот – Agent FNS bot может проверить любую компанию на наличие в черных списках налоговой и ЦБ и собрать информацию для досье должной осмотрительности. Бот предоставляет краткий отчет о компании, включая общие сведения, учредителей, размер уставного капитала, наличие в списках 764-П (консолидированную информацию о клиентах, которым отказали в проведении подозрительной операции или в приеме на обслуживание), штатную численность, данные по выручке и уплаченных налогах и сборах. Также бот может проверить блокировку счетов, скачать выписку ЕГРЮЛ и добавить организацию в мониторинг за изменениями и пр.

Бот Joy_Robot_Vot определяет рейтинг, дату создания, основной вид деятельности, генерального директора, риски, финансы и активы предприятия, финансовый анализ, контактную информацию, текущие судебные дела и пр.

Бот – Checkpartnerbot. Отмечает критерии, на которые нужно обратить внимание при работе с контрагентом, рассчитывает коэффициенты, проверяет наличие массового руководителя и учредителя, представляет динамику доходов и рентабельность и пр.

Для оценки надежности контрагентов можно использовать нейросети, однако это не вполне ненадежный способ, так как они собирают информацию из любых открытых источников. Был сделан запрос нейросети Perplexity.ai: «Оцени надежность ООО «XXX». Вот, что ответила нейросеть: 1. Долговечность и стабильность: Компания зарегистрирована в течение значительного периода времени, что свидетельствует о стабильной деятельности и контроле со стороны государственных органов. 2. Большой уставный капитал: уставный

капитал в 500 млн рублей демонстрирует признак повышенной надежности. 3. Лицензирование: Компания имеет несколько лицензий, что является положительным показателем надежного контрагента. 4. Финансовые показатели: рентабельность компании составляет 17,18%, что отражает хорошее финансовое положение. 5. Платежная дисциплина. Индекс платежной дисциплины компании прямо не упоминается, но имеет решающее значение для оценки финансовой стабильности. Вывод, которая сделала нейросеть: «На основании имеющейся информации ООО «ХХХ» представляет собой надежную компанию с многолетней историей, значительным капиталом, необходимыми лицензиями и хорошими финансовыми показателями». Проблемы не были указаны.

При использовании ИИ для проверки контрагентов возникает ряд проблем: определение границ, в рамках которых решение принимается автоматически и границ распределения ответственности за решения и причинение вреда, принятые ИИ; уровень квалификации разработчиков ИИ и специалистов, формирующих технические задания для алгоритмов ИИ; этическая составляющая принятия решений; соблюдение баланса между защитой персональных данных и их использованием для анализа ИИ; кибербезопасность [1, 2].

С развитием ИИ появляется множество сервисов, которые могут быстро найти и проанализировать информацию о контрагенте. Использование ИИ для проверки контрагентов позволяет повысить эффективность и точность анализа данных, автоматизировать процессы и выявлять скрытые закономерности, однако сервисы проверки должны быть надежными. Использование случайного бота или нейросети может привести к катастрофическим последствиям. Отметим, что нейросети и алгоритмы ботов стремительно совершенствуются и их надежность может повыситься. Тем не менее, важно помнить, что только комплексный подход к проверке контрагентов, включая и человеческий контроль, позволит получить полную и достоверную информацию о надежности и добросовестности партнера.

Литература и источники

1. Казанцева, Е. Г. Использование искусственного интеллекта в процессе обеспечения экономической безопасности предприятий / Е. Г. Казанцева // Искусственный интеллект и общественное развитие : новые возможности и преграды : XVI Международная научная конференция «Сорокинские чтения – 2022» ; 21 февраля 2022 г. : Сборник материалов. – Москва : МАКС Пресс, 2022. – 610 с. – 4,1 Мб (Электронное издание сетевого распространения). С. 174 – 175.

2. Казанцева, Е. Г. Стратегические направления деятельности служб экономической безопасности предприятий в период нестабильности / Е. Г. Казанцева // Теория и практика стратегирования : Сборник избранных научных статей и материалов VI Международной научно-практической конференции, Кемерово-Мариинск-Киселевск-Прокопьевск-Гурьевск-Новокузнецк-Москва, 19–21 марта 2023 года / Под научной редакцией В. Л. Квинта. – Кемерово: ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», 2023. – С. 204-210.

Научный руководитель – д-р. экон. наук, проф. Казанцева Е.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 339

РОЛЬ РОССИИ В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СТРАНЫ

Владимирова В.А., Минейкис П.С.

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева»
polinaser.mineikis@yandex.ru, vicifone@mail.ru

Аннотация. Рассматривается взаимосвязь между ролью России в мировой экономике и необходимостью обеспечения экономической безопасности страны в условиях меняющегося современного мира. Мировая экономика структурно состоит из экономик стран мира. Являясь сложной системой, она находится в сильной зависимости от экономической ситуации как в отдельном государстве, так и от экономической обстановки в мире в целом. Это можно доказать тем, что кризис, возникающий в одной стране, быстро «втягивает» в упадок и другие страны. Обосновано, что в последние годы на фоне глобальных перемен в мировой экономике Россия старается сохранить свои интересы и обеспечить экономическую безопасность страны.

Ключевые слова: экономическая безопасность страны, мировая экономика, угрозы экономической безопасности страны, показатели участия страны в мировой экономике.

В современных условиях экономики очень важно уделять внимание на экономическую безопасность. В связи с распространяющейся цифровизацией во всех отраслях государства (экономика, политика, здравоохранение и так далее) вопрос об обеспечении безопасности в сфере экономики стоит наиболее остро. Роль страны в мировой экономике и экономическая безопасность этой страны тесно связаны – для интеграции в мировое хозяйство и повышения устойчивости к внешним угрозам государству необходимо обеспечить безопасность в экономической сфере в такой степени, чтобы оно было способно противостоять как внешним, так и внутренним вызовам экономической безопасности.

К основным вызовам и угрозам экономической безопасности России относятся:

- стремление развитых государств использовать свои преимущества;
- усиление структурных дисбалансов в мировой экономике и финансовой системе;
- использование дискриминационных мер в отношении ключевых секторов экономики Российской Федерации;
- подверженность финансовой системы Российской Федерации глобальным рискам, а также уязвимость информационной инфраструктуры финансово-банковской системы;
- несбалансированность национальной бюджетной системы;
- высокий уровень криминализации и коррупции в экономической сфере [1].

Современная рыночная система, господствующая практически на территории всей планеты, в России сложилась относительно недавно (90-е гг. XX в.) по сравнению со странами мировой капиталистической системы, которая сформировалась еще в начале XX века. Сегодня, развивая разные сферы промышленного производства, Российская Федерация остается крупнейшим экспортером полезных ископаемых (газ, нефть и т.д.), а также повышает конкурентоспособность на мировом рынке за счет такой продукции как оружие атомной и космической промышленности.

В связи с ухудшением политической ситуации России на мировой арене, начиная с 2022 года, показатели экспорта и импорта снижались. Но данный факт не является полностью неблагоприятным событием. Например, лишившись большей части импорта, Россия начала наращивать собственное производство, импортозамещая те товары и услуги, которые больше в нее не поставлялись, а снижение объема экспорта помогает «развернуть» ресурсы в

сторону отечественного производства. Это повышает уровень экономической безопасности нашей страны, оказывает влияние на изменение ее роли в мировой экономике. Для того, чтобы оценить роль страны в мировой экономике, нужно проанализировать следующие наиболее важнейшие показатели:

1. Валовой внутренний продукт (ВВП). Но он не является доподлинным показателем благосостояния, ведь известно, что чем более развита страна, тем более высокие цены в ней на одни и те же товары по сравнению с другими странами, поэтому существует более достоверный показатель – ВВП по паритету покупательной способности (ППС), который показывает соотношение валют разных стран, применительно к набору определенных продуктов. Например, в разрезе по номинальному ВВП, рассчитанному по национальному курсу валют, Россия занимает 11 место (2,240,422 млн. долл.), уступая Канаде (2,139,840 млн. долл.) и Бразилии (1,920,096 млн. долл.). Но в рейтинге стран по ВВП по ППС Российская Федерация занимает 5 место (5327 млрд. долл.), уступая Японии (5704 млрд. долл.), Индии (11905 млрд. долл.) и США (25440 млрд. долл.). Это значит, что на национальную валюту России – рубль – россиянин может купить меньше товаров чем, например, американец [2].

2. Индекс человеческого развития (ИЧР) – это показатель, сочетающий в себе уровень жизни населения, уровень грамотности и возможную продолжительность жизни. В 2022 году Россия занимала 56-е место в рейтинге с показателем 0,822 (средняя продолжительность жизни – 70,1 год, средний душевой доход – 27 тыс. долл., средняя продолжительность обучения – 12,4 года), входя в группу стран с высоким уровнем ИЧР. Для сравнения можно сказать про Швейцарию, где данный показатель равен 0,962.

3. Экспорт и импорт товаров. Согласно данным Федеральной таможенной службы, в 2022 году экспорт России составил 592,5 млрд. долл. Такой объем вывозимых товаров позволил стране попасть в десятку крупнейших экспортеров в мире. Больше всего Россия экспортировала товаров в страны дальнего зарубежья, а лидером поставок являются топливно-энергетические товары. Импорт за этот же год составил 259 млрд. долл. Это значит, что Россия специализируется в большей степени на вывозе товаров из страны, что говорит об обеспеченности российского производства собственными ресурсами.

4. Прямые иностранные инвестиции (ПИИ). Он показывает такой объем инвестиций зарубежных стран в российские компании, при котором они могут оказывать влияние на управление этой организацией (ЦБ РФ установил такой объем в размере 10% и более). В 2021 году общая сумма инвестированных в РФ средств составила 40 450 млн. долл., а главной страной-инвестором стал Кипр (27 956 млн. долл.), а Россия, в свою очередь, инвестировала в Кипрские предприятия более 47 млн. долл. [3].

Проанализировав все вышеперечисленные показатели, можно прийти к выводу, что Россия является страной с «переходной экономикой» по значениям экономических показателей в сравнении с другими странами [4]. С одной стороны, основные экономические показатели находятся на уровне выше среднего, а с другой – данные параметры гораздо ниже, чем у развитых стран. Российская Федерация (РФ) остается экспортным гигантом природных ресурсов. Несмотря на сокращение экспорта нефтегазовых продуктов в 2022 году, которые составляли значительную долю в ВВП страны, Россия оправилась от санкций и направила свой потенциал в свою сторону. Наличие в стране больших запасов природных ресурсов и сырья дает возможность поставить другие государства в некую «зависимость» от России. Конечно, это не является положительным процессом, но данный параметр также может говорить о роли РФ в мировой экономике. Санкции и ограничения, которые стали обыденными для страны не столько не подавляет ее, сколько дает потенциал для дальнейшего развития собственного производства и окончательного закрепления страны в мировом рейтинге. Таким образом, перед российским государством становятся стратегически важные цели для повышения роли страны в мировом хозяйстве и обеспечения экономической безопасности внутри нее. Для достижения выше поставленных целей

необходимо: налаживание отношений с определенными ключевыми странами мировой экономики; увеличение объемов экспорта и повышение разнообразия экспортируемых (готовых) товаров; повышение уровня качества жизни и благосостояния населения; рост инноваций в производстве товаров и услуг; поддержание стабильного курса рубля.

Литература и источники

1. Указ Президента РФ от 13.05.2017 N 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» [Электронный ресурс] – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216629/3c3b268a426c0b297b24bd920a10070b63de85ee/ (дата обращения: 29.04.2024).
2. ВВП: что это, как определить и на что влияет [Электронный ресурс]: <https://quote.rbc.ru/news/article/6273353d9a7947534ca8d991?from=copy> // РБК URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/6273353d9a7947534ca8d991> (дата обращения: 22.03.2024).
3. Финансы России. 2022: Стат.сб./ Росстат. – М., 2022. – 392 с.
4. Василевский, Я.В. Особенности переходной экономики России: откуда и куда [Электронный ресурс] / Я. В. Василевский, Р. А. Гатиев // Символ науки. – 2020. – №9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-perehodnoy-ekonomiki-rossii-otkuda-i-kuda> (дата обращения: 25.03.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Шутько Л.Г., Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева

УДК 339.1

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ ПОИСКА РЕНТЫ В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Голубцова А.В.

Белорусский национальный технический университет
arina.golubtsova.03@bk.ru

***Аннотация.** В работе анализируются факторы, влияющие на формирование и развитие теории поиска ренты в контексте обеспечения экономической безопасности. В работе проводится обзор различных подходов к теории поиска ренты, выявляются факторы, способствующие созданию и сохранению рентных отношений. Результаты и выводы исследования позволяют лучше понять механизмы формирования ренты, а также разработать рекомендации по совершенствованию политики в области экономической безопасности с учетом факторов, связанных с поиском ренты.*

***Ключевые слова:** теория поиска ренты, рентоискательство, рентоориентированное поведение.*

По словам многих исследователей явления рентоискательства, в экономической системе общества факторы, влияющие на возникновение и присвоение рентных доходов, делятся на естественные и искусственные. Так, исследователи теории поиска ренты разделяют само понятие ренты на реальную и искусственную. Первая возникает в процессе конкуренции и может приводить к созданию дополнительной стоимости и увеличению благосостояния граждан. «Появление данного типа ренты возможно при условии, что рента направлена на расширение производственной деятельности и превышении величины добавочной стоимости над рентными затратами» [1, с. 39]. Например, если компания разрабатывает новый продукт

или технологию, которая уникальна и востребована, она может получить рентный доход, который будет отражать добавленную стоимость, созданную этой инновацией. Искусственная рента, с другой стороны, возникает по причине влияния государственного аппарата или других факторов, которые искажают традиционные рыночные механизмы. Искусственная рента в частных случаях может приводить к уменьшению общественного продукта, поскольку она основана не на добавленной стоимости или эффективности. Источником потерь благосостояния общества в таких случаях являются ресурсы, которые отвлекаются на борьбу за получение ренты. Когда компании тратят время и другие необходимые ресурсы на борьбу за рентный доход, это может приводить к уменьшению инновационного потенциала и замедлению развития общества.

Ограниченность применения такого подхода обусловлена тем, что фактически в качестве критерия разделения на реальную и искусственную ренту используется соответствие рентных отношений принципам саморегулирующегося рынка. Исходя из этой логики, искусственной признается всякая рента, возникшая в результате воздействия на саморегулирующийся рынок со стороны отдельных субъектов, например, государства. В то же время, следует учитывать, что любая экономика является многоукладной, иначе говоря, сочетает в себе как рыночные механизмы регуляции, так и иные. Таким образом, на реально-онтологическом уровне практически всякая рента может быть отнесена к искусственной.

Первым фактором становления феномена рентоискательства и его развития является реализуемый механизм перераспределения доходов. В современных реалиях управляющие органы стран важной целью ставят нивелировать «фиаско» рынка для обеспечения более эффективного развития экономической системы. Правительство устанавливает размеры налогов – основного фактора формирования бюджета страны. Далее средства распределяются на нужды общества. Главы стран, в попытках эффективного перераспределения ресурсов, стремятся направить их в сферы, способные дать толчок для развития экономики. При выборе своей политики государство исходит из принципа приоритетности, так как имеющихся ресурсов недостаточно для реализации всевозможных целей и задач по развитию экономики. Однако появляется вопрос, каковы же критерии эффективного перераспределения? Кто решает куда следует направить экономические ресурсы, а какие отрасли должны развиваться своими силами? Также в некоторых случаях довольно сложно проследить за реальным использованием предоставленных ресурсов. Разные способы формирования бюджета страны и перераспределения доходов, контроля за их действительным применением играют ключевую роль для становления рентоориентированного поведения, так как исходя из выбранного пути развития экономической системы могут применяться разные формы присвоения ренты.

Вторым фактором следует назвать механизм антимонопольного регулирования, его жесткость, разнообразие методов. «Привилегии порождают ренты» [2, с. 8], – отмечает коллектив американских исследователей. С их тезисом соглашается и А. Ослунд, понимая под рентным поведением «деятельность, направленную либо на использование монопольного положения, либо на получение доступа к правительственным субсидиям, в отличие от стремления в рыночной экономике к получению прибыли в процессе конкуренции» [3, с. 99]. Государственные органы управления своей задачей ставят сохранение конкуренции между организациями, реализующими продукцию или услуги. Однако следует отметить, что монополистическая рента, если рассматривать её более в широком смысле, может предопределить преимущества для национальной экономики страны, ведь зачастую только при наличии монопольной власти можно обеспечить положительный эффект от масштаба производства. Монополистическая рента при её накоплении способствует инвестициям в новые технологии, исследования и разработки, что в конечном итоге может привести к повышению производительности и экономическому росту. Многое зависит от намерений субъекта, располагающим рентными ресурсами. Исходя

из выбора механизма антимонопольного регулирования, их жесткости или ограниченности применения, разнообразия методов можно выделять способы и формы рентоискательства.

Третий фактор - развитие отношений собственности. Как известно, рента извлекается путем разнообразных способов реализации ограниченных ресурсов. Евгений Карпиков взглянул на проблему шире и предложил рассмотреть, как рентообразующий фактор само закрепление монополевой власти на данные виды ресурсов. Через свою институциональную рентную парадигму, он толкует ренту как дополнительный доход практически во всех отраслях деятельности. Например, государство, «создавая систему прав собственности на рентные ресурсы демонстрирует обществу возможность получения ренты фактически везде» [4, с. 19–20]. Таким образом, развитие частной собственности на факторы производства стимулировало владельцев приумножать имеющиеся у них в распоряжении ресурсы, что, в свою очередь, способствовало формированию феномена рентоориентированного поведения.

Четвертым фактором развития теории поиска ренты можно назвать революцию «менеджеров». Ранее обладание средствами производства было отправной точкой для эксплуатации других людей. Тем не менее, сейчас признается другой ресурс – административный. Он отражает занимаемую позицию субъекта в системе экономических отношений. Несмотря на то, что это нематериальный ресурс для административных целей, это не означает, что он по своей сути менее ценен с точки зрения извлечения ренты. Значительная часть новой стоимости, созданной в организации в современных реалиях, присваивается скорее менеджерами предприятий, чем их собственниками. Люди, которые непосредственно руководят и принимают решения лучше осведомлены о состоянии, перспективах и проблемах фирмы. Данная информация способствует более грамотному распределению ресурсов и поиску новых источников для финансирования. В экономической литературе возник термин – революция менеджеров. Именно действия управленцев на самих предприятиях могут создать условия для эффективного извлечения ренты.

Пятый фактор – это бюджетная политика, которой придерживается государство. Ключевой предпосылкой развития рентоориентированности является увеличение размеров государственного бюджета и расширение управленческого аппарата, имеющего влияние на распределение ресурсов в стране. Государственные органы в целях развития экономики применяют некоторые механизмы, например, налоговые льготы, снижение таможенных барьеров, патентование и лицензирование, предоставление кредитов и субсидий, а также монопольных прав и информации о политических решениях. Появление данных инструментов объясняется политикой государства, которая нацелена на поддержку и помощь отечественным производителям, чтобы их товары были конкурентоспособны за границей. Если говорить о предприятиях внутри страны, то также следует оказывать поддержку некоторым, пусть и убыточным фирмам, так как многие из них, например, обеспечивают занятость населения в определенном регионе или производят продукцию, обеспечивающую экономическую безопасность страны. Таким образом, вышеуказанные преференции становятся главной целью предпринимателей, так как обладание ими не требует больших, а иногда и вовсе никаких издержек, но при этом приносит доход организации, который направляется на социально значимое производство, контролируемое государством.

Шестым фактором развития рентоориентированного поведения называют налоговую политику, в частности, налоговые льготы, которые предоставляют государственные органы. В современных реалиях значительно расширилось количество методов для получения государственной поддержки, особенно если правительство придерживается социально-ориентированной модели развития экономики. Так, получение привилегий становится не таким сложным процессом, что способствует развитию теории поиска ренты, появлению новых её моделей и дальнейшей трансформации механизмов её реализации. Например, достаточно злободневным является вопрос экологизации производств. Многие государства обеспечивают льготами предприятия, которые трансформируют свои производственные процессы под экологические стандарты. Правительство обеспечивает выживаемость важным

для региона организациям. Разрабатываются программы для поддержки малого и среднего бизнеса, выделяются гранты, производятся государственные заказы, выдаются льготные кредиты или дотации для открытия бизнеса и пр. Так, успех и влияние бизнеса тоже во многом начинает определяться внеэкономическими факторами – социальная значимость, национальная безопасность и др.

Присутствие возможности получения рентной прибыли ведет к возникновению определенных экономических интересов, которые в рамках теории поиска рента определяются как «рентные интересы». Вследствие образования таких мотивов формируются различные формы проявления рентоориентированного поведения, распространенные в конкретной экономической системе. В тот момент, когда «поиском ренты» не пренебрегают предпринимательский сектор и государство, то рождается тенденция к перемещению прочих феноменов на периферию экономических отношений и выдвигению рентных на передний план. В таких условиях можно предполагать формирование новой экономической системы, одной из доминант которой является рентоориентированное поведение.

Литература и источники

1. Клименко, В. А. Теория поиска ренты: теоретическое осмысление / В. А. Клименко, Ю. В. Карпович // *Экономическая наука сегодня*. – 2020. – № 11. – С. 37-42.
2. Норд, Д. В тени насилия: уроки для обществ с ограниченным доступом к политической и экономической деятельности / Д. Норд, Дж. Уоллис, С. Уэбб, Б. Вайнгаст // *Вопросы экономики*. – 2021. – № 3.
3. Ослунд, А. "Рентоориентированное поведение" в российской переходной экономике / А. Ослунд // *Приватизация и собственность работников (за "круглым столом" Института экономики РАН, Фонда экономической реформы России и журнала "Вопросы экономики" 14 марта 1996 г.)*. *Вопросы экономики*. – 1996. – № 8.
4. Карпиков, Е. И. «Свежий» взгляд на рентную проблему / Е. И. Карпиков // *Экономические науки*. – 2004. – № 6. – С. 17–24.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Мелешко Ю.В., Белорусский государственный университет

УДК 336.64

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ В ИННОВАЦИОННОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ: МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И СНИЖЕНИЯ

Гордиенко Е.С., Леднева К.Е.

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
ekatgord@icloud.com

Аннотация. В данной статье проведено исследование инвестиционных рисков в инновационном предпринимательстве. Рассмотрены методики по оценке и способам снижения инвестиционных рисков на примере проекта в сфере альтернативной энергетики.

Ключевые слова: инвестиционные риски, инновационные проекты, альтернативная энергетика, инвестиционный портфель.

Инновационное предпринимательство является двигателем экономического развития, способствуя созданию новых продуктов, услуг и технологий. Однако данные проекты часто

связаны с большой степенью неопределенности, так как они работают с новыми идеями, технологиями или рынками. В данном случае ключевым инструментом является анализ инвестиционных рисков, который способствует определению возможных факторов неопределенности, а также оценке влияния факторов на успешность реализации и развития проекта.

Рассмотрим понятие инвестиционных рисков. Они представляют собой два варианта: возможная потеря капитала или невозможность получить определенный доход из-за различных аспектов, влияющие на инвестиции. Они составляют неизбежную часть инвестиционного процесса, а также могут проявляться в разнообразных формах. Рассмотрим основные инвестиционные риски:

- Рыночные риски (повышение инфляции, волатильность цен на рынке, изменение процентных ставок, валютных курсов);
- Кредитные риски (неплатежеспособность заемщика или дефолт облигаций);
- Риск ликвидности (неспособность продажи активов по текущим ценам из-за ограничений ликвидности рынка);
- Операционные риски (технические сбои, мошенничество, человеческий фактор) и др.

В свою очередь, инвестиционные риски в инновационных проектах обладают рядом особенностей, которые отличают их от рисков в более традиционных предприятиях. Рассмотрим некоторые из них:

- Технологическая неопределенность (непредсказуемость относительно успешности технической реализации проекта, а также возможные технические проблемы, требующие как дополнительных затрат, так и времени);
- Длительный период окупаемости (большие сроки и ресурсы на исследование, разработку и коммерциализацию);
- Последствия ошибок (необходимость пересмотра технологии, стратегии или отзыва продукта с рынка);
- Необходимость гибкости и адаптации (способность к адаптации к изменяющимся рыночным условиям, технологическим трендам и потребностям клиентов).

Вследствие этого оценка рисков в инновационном предпринимательстве играет значимую роль в планировании инвестиционного портфеля. В контексте данного исследования рассмотрим её на примере проекта в сфере альтернативной энергетики, которая является одним из самых перспективных инновационных проектов.

Одним из инновационных проектов в сфере альтернативной энергетики является проект строительство крупнейшего ветроэнергетического кластера в Приволжском округе Российской Федерации мощностью до 11 ГВт к 2030 году. Это один из самых амбициозных проектов в области ветроэнергетики и «зеленого» водорода в мире. Инновационность его реализации состоит в объединение различных элементов цепочки создания стоимости водорода в единый кластер для повышения эффективности и синергии, а также использовании «зеленого» водорода.

Так, проект может быть действительно потенциально выгоден: сокращение выбросов CO₂, создание новой отрасли чистой энергетики с потенциалом экспорта «зеленого» водорода, стимулирование экономического роста и создание новых рабочих мест в регионе. Ожидается, что Кольский ветроэнергетический кластер станет одним из флагманов развития альтернативной энергетики в России и будет играть важную роль в декарбонизации экономики страны. Однако перед принятием инвестиционного решения необходимо провести тщательный анализ проекта и его потенциальных рисков. Для этого инвесторы и аналитики используют ряд методов для определения прибыльности вложений:

1. Метод Монте-Карло – это математический метод, который используется для прогнозирования случайных процессов через создание моделей, которые учитывают неопределенность и случайность в финансах.

Чтобы оценить инвестиционные риски сначала важно задать ключевые переменные, которые точно влияют на успешность проекта альтернативной энергетики (цены на энергию, текущие расходы, технологические факторы, объемы производства и т.д.). Для каждой переменной определяется её вероятностное распределение. Например, для колебаний цен на энергоносители можно использовать нормальное распределение на основе исторических данных.

После создания модели, которая учитывает все факторы риска и их влияние на финансовые показатели проекта, например, NPV - чистую текущую стоимость, производится генерация большого числа случайных вариантов этих факторов и оценки финансовых показателей для каждого варианта. Далее опираясь на полученную информацию, необходимо рассчитать долю вероятных исходов, когда значение финансового показателя будет ниже нормы, что соответственно отображает риск инвестиций в данный проект.

2. Методика реальных опционов - аналитический подход, который учитывает гибкость принятия решений в условиях неопределенности. Она основана на аналогии с финансовыми опционами, позволяя оценить стоимость реальных опционов, таких как опции на расширение, опции на отказ и другие стратегические возможности.

Рассмотрим ситуацию с инвестицией в разработку и внедрение альтернативной энергетики. Мы можем представить эту ситуацию как последовательность реальных опционов:

1) Опция на отложенное вложение: инвестор сталкивается с решением, инвестировать ли в разработку или нет. Стоимость этой опции определяется стоимостью проекта и вероятностью его успеха.

2) Опция на расширение производства: если разработка успешна, инвестор сталкивается с решением, расширять ли производство или нет. Стоимость этой опции зависит от дополнительных инвестиций и потенциальной прибыли.

3) Опция на отказ от проекта: в случае неудачи разработки, инвестор может принять решение прекратить проект и минимизировать потери. Стоимость этой опции равна ожидаемым потерям при отказе от проекта.

Используя данные, можно оценить стоимость каждой опции. Общая стоимость инновационного проекта будет равна сумме стоимостей всех этих опций.

3. Дисконтированный денежный поток (DCF) – это метод анализа стоимости инвестиций, основанный на оценке ожидаемого дохода.

Этапы расчета дисконтированного денежного потока (DCF):

- Анализ ожидаемых денежных потоков по каждому году;
- Дисконтирование по каждому денежному потоку через дисконтный коэффициент:

$$DCF = \frac{CF}{(1 + R)^n} \quad (1)$$

DCF - дисконтированный денежный поток,

CF - денежный поток в определенный год,

r - ставка дисконтирования,

n - номер периода.

• Суммирование дисконтированных денежных потоков, чтобы получить общую оценку стоимости проекта.

По результатам показателя DFC необходимо провести анализ чувствительности. Это может включать варьирование ставки дисконтирования или изменение ожидаемых денежных потоков для оценки того, как изменения в этих параметрах могут влиять на конечную оценку стоимости.

Исходя из проведенного анализа, инвестор может принять для себя решение снизить вероятность получения убытков. Рассмотрим несколько основных способов по снижению степени рисков:

1) Диверсификация портфеля – распределение капитала и инвестирование в инновационные проекты в различных сферах деятельности. Этот процесс способствует компенсировать вероятные потери в одном проекте за счет другого. Так, в сфере альтернативной энергетики есть возможность рассмотреть проекты по ветряной, солнечной энергии, гидроэлектроэнергии, соответственно общий портфель инвестиций при изменении факторов в одном сегменте не принесет больших убытков.

2) Хеджирование — страхование и компенсирование убытков в случае потенциальных изменений цен. К примеру, при вероятном колебании цен на энергоносители, инвестор может заключить сделку на покупку нефтяных фьючерсов для фиксации цены при ее будущем росте.

3) Стратегическое партнерство – совместное участие в проекте и распределение риска между партнерами, которые могут выступать в роли разработчиков проекта, подрядчиков, членами лизингового договора.

Таким образом, инновационные проекты предоставляют уникальные возможности для роста и развития, однако они также несут с собой высокий уровень неопределенности и риска. Понимание и анализ этих рисков становятся критически важными для успешного инвестирования и управления проектами.

Литература и источники

1. Липсиц, И. В. Инвестиционный анализ. Подготовка и оценка инвестиций в реальные активы: учебник / И. В. Липсиц, В.В. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 320 с.

2. Щербаков, В. Н. Инвестиции и инновации: Учебное пособие / В. Н. Щербаков, К. В. Балдин, А. В. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 1028 с.

3. Анализ рисков в оценки эффективности инвестиционных проектов при внедрении инновационных процессов в производство // cyberleninka: [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-riskov-v-otsenki-effektivnosti-investitsionnyh-proektov-pri-vnedrenii-innovatsionnyh-protsessov-v-proizvodstvo> (дата обращения: 28.02.2024)

4. Методы анализа и оценки рисков инвестиционных проектов // cyberleninka: [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-analiza-i-otsenki-riskov-investitsionnyh-proektov> (дата обращения: 28.02.2024)

5. Романченко О. В., Горенкова Е. Ю. Методология определения экономической эффективности с учетом арктического риска // Экономический журнал. 2015. № 4 (40). [Электронный ресурс]. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-opredeleniya-ekonomicheskoy-effektivnosti-s-uchetom-arkticheskogo-riska> (дата обращения: 28.04.2024).

6. Энергетический центр Московской школы управления Сколково. Сборник [Электронный ресурс]. – URL: <https://energy.skolkovo.ru/downloads/documents/SEneC/research03.pdf> (дата обращения: 28.02.2024).

Научный руководитель – канд. техн. наук, доц., Романченко О.В., ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

УДК 368.911.1

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Жданова А.Г.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Ann.gdanova@mail.ru

Аннотация. В статье проанализированы аспекты финансовой безопасности Кемеровской области, приведена статистика и выявлены изменения в кредитно-банковской и бюджетно-налоговой системах с 2021 по 2023 годы.

Ключевые слова: кредитно-банковская система, бюджетно-налоговая система, бюджет региона, финансовая безопасность региона.

Финансовая безопасность региона – это часть, которая составляет финансовую безопасность нашего государства. При снижении эффективности финансовой безопасности может возникнуть такая проблема как: сокращение налоговых поступлений в бюджет, что негативно скажется на доходах регионального бюджета и ограничит возможности властей в финансировании. Актуальность этой проблемы обусловлена геополитической ситуацией в стране, санкционным давлением и военной операцией.

Для того, чтобы рассмотреть экономическую безопасность Кемеровской области в сфере финансов, нужно выделить следующие подсистемы безопасности: бюджетно-налоговая, кредитно-банковская, инвестиционно-инновационная и финансово-экономическая безопасность хозяйствующих субъектов. В рамках статьи сделан упор на бюджетно-налоговую и финансово-экономическую системы, так как они оказывают большую долю влияния на экономическую безопасность.

Бюджетно-налоговая система. Говоря о бюджетно-налоговой системе, следует отразить, что снижение доходов бюджета приводит к увеличению бюджетной напряженности. Это может привести к росту государственного долга, ухудшению качества предоставляемых населению государственных услуг, оттоку налогоплательщиков из региона. Снижение качества государственных услуг негативно влияет на социально-экономическую сферу: образование, здравоохранение и другие. Результатом неэффективной работы бюджетно-налоговой системы являются: нарушение инвестиционного климата в регионе, потеря доверия населения к региональным властям, замедление темпов экономического развития региона.

Основной целью функционирования бюджетно-налоговой системы является обеспечение сбалансированного социально-экономического развития региона. Это достигается путем: мобилизации финансовых ресурсов, перераспределением доходов, стимулирования экономического роста посредством предоставления налоговых льгот и преференций для предприятий, поддержания макроэкономической стабильности путем управления государственными расходами и налоговой политикой.

Для определения уровня бюджетно-налоговой безопасности необходимо привести динамику основных показателей (таблица 1).

Таблица 1 – Основные показатели бюджетно-налоговой безопасности Кемеровской области - Кузбасса за период 2021–2023 гг.

Показатели	Год		
	2021	2022	2023
Доходы бюджета региона, млрд руб.	237	313,4	271,6
Расходы бюджета региона, млрд руб.	202,6	268,3	292,4
Сальдо бюджета региона, млрд руб.	34,4	45,1	-20,8
Налоговые поступления в бюджет, млрд руб.	180,7	243,6	217,6
Доля налоговых поступлений в общей сумме доходов бюджета, %	76,2	77,7	80,1

Источник [3, с.4]

Анализ данных таблицы показал, что статья доходов бюджета Кемеровской области - Кузбасса в 2022 году выросла на 32,2 % по сравнению с 2021 годом, однако уже в 2023 году она снизилась на 13,3 %. Такая динамика объясняется изменением налоговых поступлений, которые являются одним из основных источников доходов регионального бюджета. Так, налоговые поступления в бюджет в динамике имеют тенденцию к повышению в 2022 году (на 34,8 %) и снижаются в 2023 году (на 10,7 %). Динамика расходов бюджета региона имеет устойчивый тренд к повышению: в 2022 году увеличились на 32,6% по сравнению с 2021 годом, а в 2023 году выросли еще почти на 9 %. Это свидетельствует о том, что власти региона увеличивают расходы на социальные программы, образование, здравоохранение и другие важные сферы.

В целом бюджетно-налоговая безопасность Кемеровской области находится в стабильном положении, негативное влияние прослеживается 2021 и 2022 годах, так как профицит говорит о том, что денежные поступления были не полностью распределены по нуждающимся сферам, но в 2023 году расходы увеличиваются и образуется небольшой дефицит в размере 20,8 млрд.р , что в целом не выходит за пределы нормы установленные в БК РФ ст. 92.1 [5, с. 4].

Финансово-экономическая система. Ее роль состоит в непосредственном воздействии на социально-экономическое развитие региона. Она включает в себя совокупность финансовых институтов, рынков и инструментов, которые обеспечивают мобилизацию, распределение и использование финансовых ресурсов в регионе. Для того чтобы проанализировать уровень развития и безопасности данной сферы необходимо сравнить показатели с пороговыми значениями (таблица 2).

Таблица 2 – Индикаторы финансово-экономической безопасности Кемеровской области - Кузбасса за период 2021–2023 гг.

Индикатор	Год			Пороговое значение
	2021	2022	2023	
Инвестиции в основной капитал в % к ВРП	14,4	13,6	-	не менее 25
Доля зарубежных инвестиций в общем объеме инвестиций в основной капитал, %	44,6	-	-	не менее 15
Доля убыточных организаций, %	25,6	26,2	-	не более среднего по РФ (не более 29)
Дефицит консолидированного бюджета региона в % к ВРП	-	-	0,8	не более 3
Доходы бюджета региона на душу населения, тыс. руб.	91,1	120,5	106,5	не менее среднего по РФ

Источник [3, 6, с. 4]

Из данных таблицы 2 видим, что несмотря на несущественное увеличение (0,6 %) доли убыточных организаций, их значение не превышает порогового уровня; дефицит бюджет весьма незначительный и не превышает порогового значения; к данной тенденции можно отнести и доходы бюджета на душу населения.

Однако, имеются показатели, которые могут вызвать угрозу финансово-экономической безопасности. К ним относятся: величина инвестиций в основной капитал – ниже порогового значения практически в два раза.

Таким образом, за счет высокого уровня бюджета региона на душу населения и минимальной доли убыточных предприятий, финансово-экономическая сфера Кузбасса не находится под угрозой. Но отсутствие данных об иностранных инвестициях говорит о том, что с введением санкций инвестиционная сфера значительно просела. Также региональным властям необходимо увеличить инвестиции в основной капитал. Таким образом можно сделать вывод, что уровень финансовых аспектов экономической безопасности остается удовлетворительным, несмотря на геополитическую ситуацию в стране. Необходимо принять меры для повышения некоторых показателей, таких как: создание крупных проектов в Кузбассе для привлечения иностранных инвесторов, больше инвестировать в основной капитал, разработать меры для усиления налогового надзора и ввести более жесткие санкции за неуплату.

Литература и источники

1. Шевелева, О. Б. Оценка финансовой безопасности Кемеровской области / О. Б. Шевелева. – Текст : электронный // Региональная экономика: теория и практика: электронный научный журнал. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-finansovoy-bezopasnosti-kemerovskoy-oblasti> (дата обращения: 03.05.2024).
2. Коршунов, Л. А. Использование механизмов управления устойчиво-безопасным развитием региона (на примере Алтайского края) / Л. А. Коршунов, М. А. Бородкин, Т. В. Маркина // Ползуновский вестник. 2005. № 5. – Текст : непосредственный.
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области. – Текст : электронный. URL: <https://42.rosstat.gov.ru/>. (дата обращения: 03.05.2024).
4. Российская Федерация. Бюджетный Кодекс (1998). Новая редакция: текст с дополнениями и изменениями на 26 февраля 2024 года. - Москва: Кодекс, 2024.
5. Министерство финансов Кузбасса: офиц. сайт. – Текст : электронный. URL: <https://www.ofukem.ru> (дата обращения: 03.05.2024).
6. Диагностика уровня финансовой безопасности региона: вопросы оценки и сравнительного анализа / Н. А. Кулагина, А. А. Терехова, О. С. Надежина // Бизнес. Образование. Право. – 2021. – № 4 (57). – Текст : непосредственный.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Шершнев О.И., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 332.1

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ И РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Зенкович Д.В.

КГКП «Семейский финансово-экономический колледж имени Рымбека Байсеитова»
УО области Абай
air_ohpue@mail.ru

***Аннотация.** В данной статье исследуется роль государственных закупок в обеспечении безопасности и стимулировании экономического развития региона. Анализируется эффективность использования госзакупок как инструмента для обеспечения потребностей в сфере безопасности, а также их влияние на развитие малого и среднего бизнеса. В статье рассматриваются примеры успешной реализации государственных закупок в регионе область Абай, а также предлагаются рекомендации по оптимизации процесса госзакупок для достижения максимальных результатов в обеспечении безопасности и поддержке экономического роста.*

***Ключевые слова:** государственные закупки, регион, Область Абай, сфера безопасности, развитие малого и среднего бизнеса, оптимизация процесса госзакупок, экономика.*

За последнее время функции государства значительно увеличились, особенно в наиболее развитых и промышленных странах. Одним из главных аспектов являются государственные закупки - механизм заказов товаров и услуг для государства. Данные закупки преобразовались эффективным инструментом влияния на экономику региона. Государственные закупки играют первостепенное значение в обеспечении безопасности и стимулировании в развитии экономики региона. Государственные расходы составляют ценную долю ВВП в промышленно развитых странах, они так же играют ценную роль в развивающихся странах. Государственные закупки ориентированы на усиление централизованного контроля, сдерживание роста затрат, сокращение бюджетных расходов и рациональное распоряжение материальными потоками при осуществлении принципов рыночной экономики.

Для обеспечения экономической безопасности и развития экономики региона государственные закупки можно использовать в нескольких направлениях.

Внедрение эффективной политики государственных закупок способствует развитию местной экономики и улучшению качества жизни граждан за счёт стимулирования местных производителей и предпринимателей через предпочтение при закупках компаний, зарегистрированных и действующих в данном регионе, вместо иностранных или из других регионов.

Стимулирование местных производителей и предпринимателей имеет много существенных преимуществ. Во-первых, оно способствует развитию местной экономики, увеличивает производство, создает новые рабочие места и увеличивает доходы. Во-вторых, это помогает улучшить качество государственных услуг и инфраструктуры за счет использования местных ресурсов и знаний. Кроме того, мотивация местных предпринимателей помогает усилить корпоративную социальную ответственность и снизить воздействие на окружающую среду за счет снижения транспортных расходов и сокращения использования упаковки.

Для эффективного продвижения в этом направлении необходимо учитывать несколько важных аспектов. Поддержка местных производителей должна основываться на прозрачных и справедливых процедурах государственных закупок, с учётом принципов конкуренции и

свободного рынка. Также необходимо разработать механизмы оценки и мониторинга эффективности этой политики для достижения поставленных целей и оптимального использования бюджетных средств.

Предоставленная информация о государственных закупках на сайте goszakup.gov.kz [1] за 2023 год свидетельствует о значительной сумме, потраченной на приобретение товаров у отечественных производителей в области Абай, а именно 206 661 028 146.50 тенге. Это демонстрирует стремление региональных властей поддерживать местное предпринимательство и стимулировать развитие местной экономики через предоставление предпочтительных условий для местных производителей.

Малый и средний бизнес (МСБ) является фундаментом экономического роста Казахстана, способствуя развитию конкуренции, инноваций и созданию новых рабочих мест. В 2024 году сектор МСП продолжает расширяться, демонстрируя устойчивые темпы роста и адаптацию к меняющимся рыночным условиям.

На начало 2024 года количество действующих субъектов МСП увеличилось на 11,1% по сравнению с предыдущим годом, достигнув 2 222 306 предприятий. Это увеличение отражает успехи государственной политики в области поддержки предпринимательства, включая упрощение административных процедур, налоговые льготы и доступ к финансированию.

В структуре малых и средних предприятий (МСП) доминируют индивидуальные предприниматели, которые составляют 66,7% от общего числа, что указывает на высокую активность самозанятого населения и развитие частного предпринимательства. Юридические лица малого бизнеса и крестьянские (фермерские) хозяйства также вносят существенный вклад в экономику страны, их доля составляет 20,6% и 12,6% соответственно [2].

Исходя из этой информации государственные закупки могут повлиять на развитие малого и среднего бизнеса путем стимулирования спроса на товары и услуги, производимые малыми и средними предприятиями. Ни что иное, как малые предприятия, не требующие обширных начальных вложений и обеспечивающие высокую скорость цикла доходов, способны быстро и безубыточно определить проблемы перестройки структуры экономики, образования и насыщения рынка товарами народного потребления. Малые компании способны эффективно отзываться на вариацию потребительского спроса и за счет этого устанавливать баланс на потребительском рынке [3]. Предпочтение таким компаниям при заключении контрактов может помочь им получить заказы и расширить свои рынки сбыта. К тому же участие в государственных закупках может способствовать повышению конкурентоспособности МСП. Для выигрыша госконтрактов компании вынуждены улучшать качество своих товаров и услуг, внедрять инновации и повышать эффективность производства, так как успешное заключение государственных контрактов может повысить кредитоспособность МСП и улучшить их доступ к финансированию. Это позволяет предприятиям реализовывать свои проекты и инвестиционные планы, что способствует их развитию и росту.

Государственные заказы на инновационные продукты и услуги могут стать стимулом для развития новых технологий и инноваций в секторе МСБ. Для этого при разработке спецификаций для государственных закупок можно включить требования к новым технологиям и инновациям. Это может включать в себя использование экологически чистых материалов, энергоэффективных технологий или продуктов с улучшенными характеристиками. Это способствует повышению уровня технологического развития и конкурентоспособности региональной экономики.

Ко всему прочему курсы для поставщиков и менеджеров по государственным закупкам, направленные на искоренение коррупции и повышение квалификации могут способствовать развитию и безопасности экономики региона. Они могут включать в себя обучение участников государственных закупок этике деловых отношений и основам противодействия коррупции. Это может включать в себя знакомство с международными стандартами и

кодексами этического поведения, и примерами лучших практик. Подробное изучение законодательства и нормативных актов, регулирующих государственные закупки, включая требования к процедурам проведения тендеров, заключению контрактов, отчетности и контроля исключит ошибки в процедуре госзакупа. Понимание важности прозрачности и открытости в процессе государственных закупок, в том числе публикация информации о процедурах, решениях и результатах тендеров для широкой общественности покажет, что, когда обычные граждане следят за расходом бюджета совершать какие-либо неправомерные действия не допустимо. Изучение реальных ситуаций и случаев из практики государственных закупок, анализ причин возникновения коррупционных схем и способов их предотвращения, а также законодательное наказание, которое следует за осуществление подобных действий, позволит осознать недопустимость таких случаев.

Анализируя данные о закупе за 2023 год, выяснилось, что область Абай совершила государственные закупки в общем объеме на 217 175 331 317.06 тг, что в сравнении с 2022 годом с общим объемом закупок 124 186 695 468.31 тг в два раза больше.

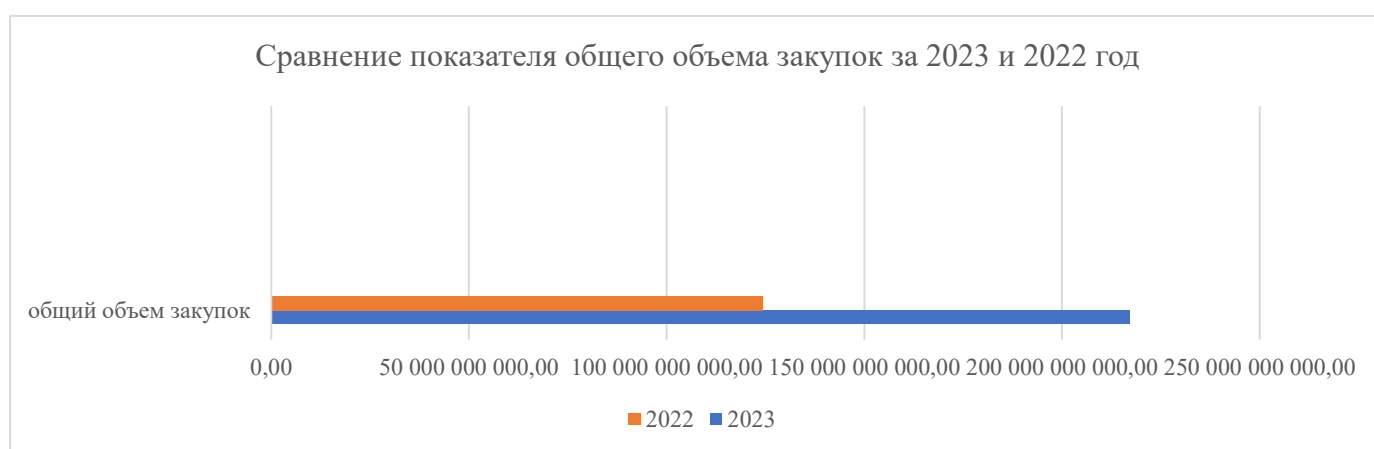


Рисунок 1 – Сравнение показателя общего объема закупок за 2023 и 2022 год

Данная информация свидетельствует о значительной роли государственных закупок в экономике региона, в данном случае - Области Абай. Увеличение общего объема государственных закупок в два раза за год говорит о том, что государственные закупки являются одним из ключевых механизмов стимулирования экономического роста и развития региона.

Повышение объема закупок может свидетельствовать о расширении государственных программ и проектов, увеличении инвестиций в различные сектора экономики, а также о росте потребности в государственных услугах и товарах. Это также может отражать усиленное внимание к вопросам инфраструктурного развития, социального обеспечения и модернизации государственных органов. Таким образом, государственные закупки играют важную роль в поддержании экономической активности и устойчивости региональной экономики.

В заключении можно отметить, что государственные закупки играют важную роль в регулировании развития и безопасности экономики региона и способствуют достижению целого ряда стратегических целей. Этот инструмент не только обеспечивает удовлетворение потребностей государственных учреждений в товарах и услугах, но и оказывает существенное воздействие на местное предпринимательство, инновационную активность и социально-экономическое развитие региона в целом, однако их эффективное использование требует комплексного подхода, учета особенностей конкретного региона и соблюдения принципов открытости, прозрачности и справедливости.

Литература и источники

1. Информация об объемах закупок у отечественных товаропроизводителей, включенных в интегрированную с веб-порталом государственных закупок базу данных товаров, работ, услуг и их поставщиков, предусмотренную Предпринимательским кодексом Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – URL: <https://v3bl.goszakup.gov.kz/ru/rep/rep/m004>
2. Экономика Казахстана 2024: цифры, анализ, прогнозы [Электронный ресурс]. – URL: <https://marketingcenter.kz/20/economy-kazakhstan.html>
3. Алпыспаева С.Б., Протасова О.В. «Перспективы развития малого бизнеса республики Казахстан» текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес», 2017. – 2 с.

Научный руководитель – старший преподаватель Искаков А.Н., Семейский финансово-экономический колледж имени Рымбека Байсеитова

УДК 658.5

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ (УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ) РИСКИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «СК АНИСС»)

Зотов Н.В., Ксенофонтова О.В.

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
Тульский филиал
niko_zotov00@mail.ru, [ksenofontova-ov@mail.ru](mailto:kxenofontova-ov@mail.ru)

***Аннотация.** В статье рассматриваются предпринимательские (управленческие) риски строительной организации, приводится их классификация и оценивается их влияние на деятельность ООО «СК Анисс».*

***Ключевые слова:** управленческие риски, предпринимательские риски, управление рисками, строительная отрасль, предприятие.*

Строительство – отрасль повышенного риска. Выявление и контроль рисков строительного проекта может быть трудным, но это возможно при правильном планировании и исполнении. Необходимо анализировать, контролировать и отслеживать риски после их обнаружения, чтобы избежать катастрофы.

Рымкевич В. В. даёт определение управленческих рисков: «Управленческие риски — это возможность (вероятность) разрыва существующих или возникновения новых отношений (связей) между субъектами, субъектом и объектом управленческих отношений в пространстве и времени по поводу принятия решений и их реализации» [1].

Стоит отметить, что понятия предпринимательских и управленческих рисков тождественны между собой, в научной литературе они часто неправильно отождествляются с финансово-экономическими рисками, что является не совсем правильным подходом к их пониманию. Стоит отметить, что финансовая составляющая в них является неотъемлемой частью, но в их состав входит ещё и управленческий элемент, который и отделяет их от вышеуказанных экономических рисков.

Некоторые ученые отмечают, что важно анализировать не только внешние угрозы проекту, но и возможные проектные риски на разных стадиях жизненного цикла проекта [2].

Классифицировать предпринимательские (управленческие) риски в строительной отрасли можно также следующим образом:

- Правовой риск

- Производственно-технологический риск
- Социальный риск
- Организационный риск
- Маркетинговый риск
- Кадровый риск
- Экологический риск

Кроме того, Ж. А. Шевченко выделяет ещё некоторые из них:

- Риск низкого уровня организации работ
- Риск снижения производительности труда
- Риск неоптимального распределения трудовых и материальных ресурсов
- Риск низкого уровня требований к специалистам [3].

Рассмотрим ООО «СК Анисс», которое осуществляет свою деятельность с 2017 года. Основным направлением деятельности компании является строительство жилых и нежилых зданий как коммерческого, так и социально значимого плана.

Для того, чтобы понять с экономической точки зрения сущность предпринимательских рисков, необходимо просчитать показатель собственных оборотных средств и коэффициент ликвидности, то есть возможность в случае необходимости компенсировать свои обязательства активами, срок превращения которых в денежный эквивалент соответствует сроку погашения обязательств.

Говоря о показателе собственных оборотных средств, на начало (31.12.2019 год) и конец (31.12.2023 год) анализируемого периода не наблюдается покрытие собственными оборотными средствами имеющихся у организации запасов, поэтому финансовое положение по данному признаку можно характеризовать как неустойчивое. При этом нужно обратить внимание, что показатель собственных оборотных средствами запасов за анализируемый период ухудшил свои значения, с – 2 438 тыс. руб. изменившись до -5 041 тыс. руб соответственно.

Коэффициенты ликвидности организации приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели ликвидности ООО «СК Анисс» за 2019-2023 гг. (на конец года)

Показатель ликвидности	Значение показателя					Изменение показателя (гр.6 - гр.2)	Нормальное значение показателя
	2019	2020	2021	2022	2023		
1	2	3	4	5	6	8	9
Коэффициент текущей (общей) ликвидности	0,59	0,81	0,91	0,76	0,89	0,3	2 и более
Коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности	0,53	0,42	0,39	0,51	0,6	0,07	1 и более
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,02	0,07	0,01	0,08	0,02	0	0,2 и более

Все показатели ликвидности не соответствуют нормативу, что создает риск потери платежеспособности и снижения рентабельности. В 2021 году было самое высокое значение коэффициента текущей ликвидности – 0,91. В 2023 году был самый высокий коэффициент быстрой ликвидности – 0,6. В 2022 коэффициент абсолютной ликвидности составлял 0,08,

что являлось самым высоким значением в рассматриваемом периоде, уже в 2023 году этот показатель упал до 0,02, что может говорить о негативных изменениях.

Правовые риски в строительстве относятся к потенциальным юридическим проблемам, которые могут возникнуть на любом этапе проведения работ. ООО «СК Анисс» не участвовала в большом количестве судебных разбирательств, а если и участвовала, то имея в судебном процессе правовой статус истца, что, безусловно, является и хорошим показателем, но также и большим предпринимательским (управленческим) риском. Для решения данного вопроса крайне необходимо включить в штат юриста хотя бы на условиях работы по совместительству, так как постоянный найм сторонних юристов может стоить для компании дороже, чем содержание собственного персонала.

Деятельность ООО «СК Анисс» можно оценивать в плоскости различных управленческих рисков. Ещё один упомянутый вид таких рисков – кадровый – занимает не последнее место в списке, так как связан с персоналом, кадрами, а они в любой составляющей первичны.

Численность работников по данным компании за 2023 год – 15 человек. Это позволяет сделать вывод о том, что процесс строительства часто осуществляется с использованием механизма привлечения строительных бригад, что создаёт риск того, что они могут недоделать или некачественно сделать свою работу, что приведёт к срывам сроков или оказанию некачественной услуги. Помимо того, нанимая бригады, работодатель изначально не может знать о навыках тех, кто в ней состоит (за исключением случаев, когда компания тесно сотрудничает с одной или несколькими такими бригадами).

Кроме того, с персоналом связан ещё риск потери кадров. Для его расчёта используется коэффициент текучести ($K_{тек}$), который производится по формуле 1:

$$K_{тек} = \frac{Ч_{ув}}{ССЧ} \times 100\% \quad (1)$$

где $K_{тек}$ – коэффициент текучести;

$Ч_{ув}$ – число уволившихся;

ССЧ – среднесписочная численность.

Таким образом, можно представить данные в виде таблицы.

Таблица 2 – Показатели текучести сотрудников

Показатель	2022	2023
$Ч_{ув}$	12	4
ССЧ	10	11
$K_{тек}, \%$	120	36

Нормальный показатель коэффициента текучести кадров составляет 5 – 10 процентов. Показатель от 10 до 20% говорит о том, что на данный момент в фирме условия труда являются неконкурентными или некомфортными. Уровень текучести кадров свыше 20% является критическим значением, которые приводит к большим убыткам.

В данном случае текучесть кадров за последние два года выше нормативного значения, что является негативным показателем для ООО «СК Анисс». Стоит отметить, что с 120 % в 2022 году значение данного коэффициента упало до 36 % в 2023 году. Это произошло за счёт увеличения среднесписочной численности работников с 10 до 11 и уменьшения количества уволившихся сотрудников с 12 до 4.

Кроме того, большую проблему для предприятия представляет нарастающее число конкурентов на рынке, рост цен.

О механизме управления такими рисками пишут А. А. Тимофеев и Е. Ю. Бобылёва: «Данный механизм кроется в эффективном союзе подрядных строительных компаний и их

экономическими контрагентами, а также другими участниками деятельности, применяющие методы системного подхода» [4].

Строительные риски можно снизить за счет тщательного планирования и исполнения, создания устойчивых механизмов смягчения последствий.

На примере исследуемой компании это выражается в изучении причин низкого уровня ликвидности и отрицательного показателя собственных оборотных средств как финансовой составляющей предпринимательских (управленческих) рисков, понимании природы формирования численности персонала и путей решения возникающих в этой связи проблем, в том числе эффективного использования нанимаемых бригад, отсутствия юридического отдела в компании или предотвращения потери персонала в результате увольнения.

Литература и источники:

1. Рымкевич, В. В. *Управленческие риски в системе менеджмента организации* / В. В. Рымкевич // Вестник Белорусского государственного экономического университета. – 2022. – № 5. – С. 33-40.

2. Ушакова Е. О. *Анализ рисков инвестиционных проектов в сфере жилищного строительства* / Е. О. Ушакова, Д. П. Соловцова // Скиф. – 2023. – №11 (87). – с. 35-39.

3. Шевченко, Ж. А. *Управление рисками и страхование в инвестиционно-строительной сфере: учебно-методическое пособие* / Ж. А. Шевченко. Нижегородский государственный архитектурно – строительный университет. – Нижний Новгород : ННГАСУ, 2022. – 166 с.

4. Тимофеев, А. А. *Организация процесса управления рисками на строительном предприятии* / А. А. Тимофеев, Е. Ю. Бобылёва // Вестник Евразийской науки. – 2020. – № 1. – URL: <https://esj.today/PDF/59ECVN120.pdf> (доступ свободный).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Ксенофонтова О.В., ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Тульский филиал

УДК 339.976.2

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИХ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Ковинько А.С.

Белорусский национальный технический университет
easy1924wtyh@gmail.com

Аннотация. *В настоящих геополитических условиях Беларусь и Россия подвержены санкциям со стороны других стран мира, что привело к прекращению торговых отношений между субъектами экономики и проблемам обеспеченности благами стран, подверженных санкциям. Политика импортозамещения – один из способов достижения урегулирования данной проблемы благодаря множеству геоэкономическим и технологическим механизмам. В результате, на примере Беларуси, можно наблюдать качественные изменения в отраслях промышленности, связанные с производством продукции, прежде импортированной, инновационными открытиями и повышением спроса на отечественные товары.*

Ключевые слова: *импортозамещение, стимулирование, импорт, санкции, продукция.*

В современных геоэкономических условиях ввиду санкций против Республики Беларусь и Российской Федерации огромное значение принимает механизм импортозамещения – государственная политика, направленная на ограничение импорта и создание условий для

отечественных производителей по созданию продукции, которая прежде импортировалась. Основными компонентами по реализации данного механизма являются стимулирование отечественных производителей, оказание поддержки со стороны государства, коммерческих банков и лизинговых компаний предприятиям и вовлечение иностранного капитала.

Для осуществления стратегии по увеличению доли импортозамещения ученые выявили способы его достижения:

1. Административный. Введение или ужесточение тарифного регулирования для стран-импортеров или на отдельную ввозимую продукцию;
2. Технический и инновационный. Осуществление программ по достижению технологий последнего поколения и организация инновационной деятельности;
3. Валютный. Выдача кредитов банками, лизингами;
4. Внешнеторговый. Поиск новых точек сбыта для стимулирования роста производственных мощностей по созданию импортозамещенных товаров.

Таким образом, в основе политики импортозамещения лежат такие компоненты, как снижения спроса на импортные товары, создание аналогичной продукции отечественными производителями, организация условий для наращивания производства необходимой продукции.

Однако процесс импортозамещения может быть результатом не только программы по снижению зависимости от импорта, но и как последующим явлением санкционной политики. Так с 2022 года Республика Беларусь столкнулась с проблемой санкций и ограничений со стороны стран Европейского союза, США и акционеров. Здесь мы рассматриваем понятие «импортозамещение» как явление, обусловленное блокировкой импортных связей со странами, в отношении которых проводят санкции. В данных условиях последующий экономический рост страны, подверженный зависимости от импорта, переходит в настоящую проблему. Таким образом, Беларусь в силу таких геополитических обстоятельств потеряла, как и точки сбыта, государства-партнеры, возможность участия на международном рынке товаров и услуг, так и обеспечение страны ресурсами и сырьем, от которых ранее зависела. Результатом таких действий является экономическая нестабильность страны, выраженная в наборе долгов по оплате импорта. Именно данная цель способна лишить страну суверенитета и возможности свободного выбора государственной политики [1].

В данных условиях многие отрасли промышленности Республики Беларусь оказались в проблемном состоянии из-за нехватки ресурсной базы. В свою очередь, политика импортозамещения смогла подавить негативные последствия отсутствия импортной продукции. Одна из самых развитых сфер промышленности в Республике Беларусь есть отрасль машиностроения. Продукция данной отрасли имеет огромную значимость, как и для ВВП страны, так и для торговли с иными странами. Недостаток импортных деталей, комплектующих для дальнейшего производства машин привел отрасль к подвешенному состоянию. Курс по замещению данной продукции позволил не только производить товары, которые ранее импортировались, но и произвести инновационный скачок. Например, холдинг «Амкодор» ввиду сложившихся ограничений принял решение по оказанию инвестиционной политики в целях производства ранее импортированных комплектующих своих машин. ОАО «БЕЛАЗ» в сложившейся ситуации показало многократный скачок в инновационной деятельности. В связи с санкциями компания смогла реализовать проекты по качественному улучшению своих машин в увеличенной грузоподъемности, маневренности, но и в уменьшенном расходе топлива. В целом, удельный вес отгруженной инновационной продукции БЕЛАЗа в 2022 году составил 61,7%, в январе-феврале текущего года – уже 70% [2].

Огромное влияние на формирование как внешней торговли Республики Беларусь, так и промышленности имеет Евразийский экономический союз (далее ЕАЭС), частью которого является Беларусь. Внутри данной международной организации проводятся направления по кооперации, международной модернизации, повышению конкурентоспособности и главное –

торговля товарами и услугами с помощью мер нетарифного регулирования. Именно последняя задача ЕАЭС является ключевым принципом для развития политики импортозамещения, что предполагает ввоз импортных товаров стран-участниц организации для расширения национального производства. Кроме того, с помощью кооперации, обмена технологиями, предметами интеллектуальной собственности достигается развитие той или иной отрасли национального хозяйства.

Стоит отметить и обратную сторону политики импортозамещения. Несмотря на свою значимость для национальной экономики в период санкционного давления по отношению к данной стране, процесс замещения продукции может привести к огромным затратам. Это связано, во-первых, со степенью зависимости страны от тех или иных товаров, что приводит к финансовым и временным затруднениям в попытке организовать собственное производство. Кроме того, это является следствием того, что ни одна страна не в состоянии в один временной промежуток наладить и создать собственное производство по всем отраслям промышленности. Во-вторых, со степенью развития отраслей промышленности. Например, в Беларуси развитой является отрасль машиностроения, что позволяет прибегнуть к политике импортозамещения, нежели замещать товары и инвестировать в развитие топливной промышленности.

Таким образом, механизм импортозамещения предполагает влияние на выборочные отрасли промышленности с целью полной независимости от стран-импортеров. Также этот механизм привносит целеполагание на развитие и улучшение отраслей национальной экономики. Кроме того, политика импортозамещения характеризуется большим спектром возможностей по уменьшению ввоза товаров из-за рубежа, уменьшением общей массы товаров на рынке, увеличением спроса и качества продукции национального производства и обеспечением экономической безопасности страны.

Литература и источники

1. Чичканов, В. П. Импортозамещение: перспективные решения / В. П. Чичканов, О. С. Сухарев // Научный вестник оборонно-промышленного комплекса России. – 2022 – № 2. – С. 81-88.

2. Министерство промышленности Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minprom.gov.by/importozameshhenie-v-usloviyah-sankcij-dajot-impuls-k-aktivnomu-innovacionnomu-razvitiju-sobstvennyh-proizvodstv-na-predpriyatiyah-minproma-aleksej-kozlov/>. – Дата доступа: 01.05.2024.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Сергеевич Т.В., Белорусский национальный технический университет

УДК 343.72

МОШЕННИЧЕСТВО КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКА И СПОСОБЫ ЕГО ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ

Кокорюлина Я.С., Соловьева Е.Ю.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал
kokoriulina2016@yandex.ru, katya-soloveva-04@inbox.ru

Аннотация. *Наибольшую угрозу для банков и банковской деятельности представляет мошенничество, связанное с банковскими счетами и картами. Увеличение числа таких преступлений объясняется широкой компьютеризацией, развитием интернет-магазинов,*

сомнительными предложениями и увеличением доступности персональных данных. Ускорение процессов автоматизации также способствует этому. В статье рассмотрены динамика совершения банковских преступлений за последние года в целом, способы проведения мошеннических операций с помощью дропперов, понятие «комплаенс-контроль» и его роль.

Ключевые слова: банк, банковские карты, мошенничество, дропперы, клиенты, операции.

В настоящее время наблюдается тенденция роста количества пользователей банковскими картами и онлайн услугами. В связи с этим проблема обеспечения экономической безопасности становится одной из важных составляющих деятельности банка, достижения целей, поддержания стабильности, защиты от внутренних и внешних рисков.

В 2022 году объем операций без согласия клиентов увеличился по сравнению с 2021 годом на 4,29% в связи с активным развитием новых дистанционных платежных сервисов и ростом объема денежных переводов с применением электронных средств платежа (платежные карты и иные электронные средства платежа).

По данным Банка России за 2022 год было совершено 876 мошеннических операций на сумму более 14 млрд рублей, что на 4,29% превышает аналогичный показатель предыдущего года. При этом 129,08 тыс. операций производилось в терминалах, банкоматах, импринтерах, сумма хищений- 1569, 72 млн рублей; операции при оплате товаров и услуг Интернетом подверглись нелегальным схемам 515,88 тыс. раз., сумма хищений — 2550,54 млн руб.; операции в дистанционном банковском обслуживании - 226,79 тыс. раз, сумма хищения составила 9237,51 млн. руб. Вернуть из данных сумм граждане смогли только 618 млн руб. [4].

Один из видов подозрительных операций в банковском секторе - обналчивание денежных средств. По статистике ЦБ в зоне риска больше всего оказываются физические лица.

Способом проведения таких мошеннических операций являются дроперские операции, то есть нелегальный вывод средств с банковских карт. Дропперы оформляют и используют банковские карты для обналчивания или транзита похищенных денежных средств. Количество дропперов по данным 2022 года достигало 500 тысяч человек. Наибольшая доля дропов в клиентской базе наблюдается в цифровых банках, предоставляющих удобные дистанционные сервисы по оформлению и выпуску банковских карт [1].

Для решения данной проблемы ЦБ рекомендовал банкам временно ограничивать онлайн-доступ к счетам, информация о которых есть в базе ЦБ о переводах денег без согласия клиента, уведомлять об этом клиентов и указывать им причину.

Кроме того, существует такое понятие как «комплаенс-контроль», что означает внутренний контроль банка в отношении благонадежности клиентов. Он помогает минимизировать потери банка из-за недобросовестных клиентов. В рамках комплаенса банки проверяют клиентов на предмет их соответствия требованиям ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» № 115-ФЗ, который обязует осуществлять контроля за операциями клиентов, чтобы предотвратить незаконный вывод денег со счетов [2].

Например, 22 мая 2023 года Сбербанк запустил для предпринимателей пробный период сервиса «Комплаенс помощник».

Предпринимателям предоставят рекомендации по операциям, которые могут вызвать вопросы у банка, и персональную консультацию с менеджером по результатам отчета. Специалист расскажет о возможных рисках по операциям с контрагентами, разъяснит, какие документы сохранять и оформлять.

К тому же большое внимание уделяется борьбе с дропами. Банк выявляет таких клиентов, их транзакции поставлены на дополнительный контроль, им запрещено получать

новые карты. Системное противодействие дропам и разрушение их логистических цепочек должны существенно снизить объёмы потерь денежных средств граждан. На сегодняшний день в большинстве банков организован производственный алгоритм для проверки операций в режиме 24/7, выстроены сквозные бизнес-процессы, создан уникальный по своим масштабам и сложности вычислительный комплекс, способный за доли секунды проверить любое событие в системах банка на кибермошенничество. Активно используются средства автоматизации, международные практики в области обеспечения информационной безопасности, разрабатываются собственные программные продукты [4].

Масштабы проблемы вывода и обналаживания преступного капитала, массовое вовлечение в криминальный бизнес граждан страны требуют выработки соответствующих мер, которые можно условно разделить на три основных направления:

- законодательное: необходимость ввести ответственность за передачу банковских карт третьим лицам и ужесточить наказание для дропов [3];
- технологическое: совершенствование антифрод-систем, их взаимная интеграция, использование искусственного интеллекта;
- социальное: проведение профилактической и просветительской работы, особенно среди молодежи;

Необходим комплексный подход, участниками процесса должны стать не только банки и операторы сотовой связи, но и федеральные структуры. Желательно ускорить процесс интеграции МВД России в межбанковский информационный обмен в части предотвращения и раскрытия дистанционных мошенничеств. Первоочередная задача – сделать нерентабельным вывод похищенных денег и, тем самым, предотвратить целый ряд мошеннических схем.

Счета подобных возвращающих "фиктивные долги" Центробанк предложил замораживать на срок до двух дней, чтобы защитить жертв мошенников. За это время человек сможет осознать, что на его сбережения покушаются. Деньги не уйдут, если счет получателя дискредитирован. Причем даже когда отправитель подтверждает перевод. Такой закон в ближайшее время должна рассмотреть Госдума.

При выявлении нетипичных операций по картам и счетам таких лиц банкам предлагается временно приостанавливать дистанционный доступ к управлению счетом. Это усложнит злоумышленникам вывод денег и повысит вероятность возврата их законному владельцу.

Таким образом, банковский комплаенс представляет собой средство анализа и контроля, целью которого является проверка клиента на его надежность и легальную деятельность. Основная задача комплаенса заключается в предотвращении сомнительных операций, таких как вывод наличных, перевод денежных средств за границу и других. Кроме того, для предотвращения преступных действий банки могут временно ограничивать доступ клиента к онлайн управлению счетом при выявлении подозрительных операций. Они также передают информацию о необычных операциях по картам и счетам в Банк России, который ведет базу данных о мошенниках.

Литература и источники

1. Федеральный закон от 7 августа 2001 г. N 115-ФЗ "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма" (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32834/ (дата обращения: 05.04.2024).

2. Скребцова, Т. В. Финансовые мошенничества в банковской сфере / Т. В. Скребцова, С. В. Гришанова. – Экономический журнал. Иркутск, 2020. – с. 47-54.

3. Комплаенс-помощник (Сбер Бизнес). [Электронный ресурс]. — URL: http://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/nbs/compliance (дата обращения 05.04.2024).

4. Обзор операций, совершённых без согласия клиентов финансовых организаций [Электронный ресурс]. — URL: https://cbr.ru/analytics/ib/-operations_survey_2022/ (дата обращения: 02.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц., Тарасова А.Ю., Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

УДК 330.322

ИНВЕСТИЦИИ И ИХ РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ

Кондакова Д.В.

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Арзамасский филиал
23.omega.32@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается вопрос роли инвестиций в современной экономике.

Ключевые слова: инвестиции, экономика, эффективность.

Инвестиции являются основным двигателем экономического роста. Они создают новые возможности, повышают производительность и улучшают качество жизни. Инвестиции играют значительную роль в современном обществе и влияют на нашу жизнь все сильнее с каждым годом. Инвестиции несут в себе потенциал воздействия не только на экономическую сферу, но и на общественное развитие.

Инвестиции, согласно законодательству Российской Федерации, представляют собой денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской деятельности и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта [1].

Для обеспечения стабильности экономики в стране необходим постоянный поток инвестиций, который будет служить источником ресурсов для дальнейшего развития. Уровень развития экономики зависит от вложения инвестиций в нее, что позволяет расширять области деятельности и привлекать новые инвестиции. Их эффективность в современной экономике определяется результатами, полученными на один рубль вложений. Инвестиционная эффективность играет ключевую роль в определении инвестиционной привлекательности, которая, в свою очередь, влияет на объем инвестиционной деятельности. Успешное развитие экономики неразрывно связано с уровнем эффективности инвестиций и их привлекательностью. Чем выше эффективность, тем больше привлекательность и масштабность инвестиционной деятельности и тем более устойчив экономический рост.

С другой стороны, инвестиции – это не только способ получить финансовую поддержку, но и возможность стать активным участником экономического процесса. Вкладывая инвестиции, мы сами становимся инвесторами, что способствует росту и развитию нашего влияния на рынке. Таким образом, поддерживая стабильность, инвестиции являются двигателем развития не только отдельных компаний, но и всей экономики мира.

Рассмотрим типы инвестиций:

1. Инвестиции в реальные активы: Вложения в физические активы, такие как недвижимость, инфраструктура, оборудование и запасы.

2. Инвестиции в финансовые активы: Вложения в финансовые инструменты, такие как акции, облигации, взаимные фонды и деривативы.

3. Инвестиции в человеческий капитал: Вложения в образование, обучение и здравоохранение, которые повышают производительность и качество жизни [2].

Как же инвестиции влияют на экономику? Основными направлениями и результатами инвестирования являются следующие:

1. Увеличение производственных мощностей: Инвестиции в физический капитал позволяют компаниям увеличивать свои производственные мощности, удовлетворять растущий спрос и создавать новые рабочие места.

2. Повышение производительности труда: Инвестиции в технологии, автоматизацию, и разработки могут повысить производительность труда, что приводит к более низким издержкам и более высоким доходам.

3. Улучшение качества жизни: Инвестиции в человеческий капитал, инфраструктуру и здравоохранение улучшают качество жизни населения, повышая образование, здравоохранение и доступ к важным услугам.

4. Создание рабочих мест: Инвестиции в новые предприятия и расширение существующих компаний создают рабочие места, повышают занятость и снижают уровень безработицы.

5. Повышение конкурентоспособности: Инвестиции в технологии и инновации помогают компаниям оставаться конкурентоспособными на мировом рынке, что приводит к росту экспорта и улучшению торгового баланса [2].

Эффективность инвестиций и инвестиционная активность зависят от нескольких факторов, в том числе:

1. Экономические условия: Стабильный экономический рост, низкая инфляция и благоприятный деловой климат стимулируют инвестиции.

2. Налоговая политика: Налоговые льготы и поощрения могут стимулировать инвестиции, в то время как высокие налоги могут сдерживать их.

3. Политическая стабильность: Политическая стабильность и предсказуемость создают благоприятные условия для инвестиций.

4. Доступность финансирования: Доступ к кредитам и капиталу на выгодных условиях является важным фактором для инвестиций.

5. Уровень риска: Инвесторы предпочитают вкладывать средства в проекты с более низким риском и более высокой ожидаемой прибылью [2].

Рассмотрим рисунок с данными о доли инвестиций в основной капитал в ВВП Российской Федерации за период с 2012 по 2023 гг. [3]

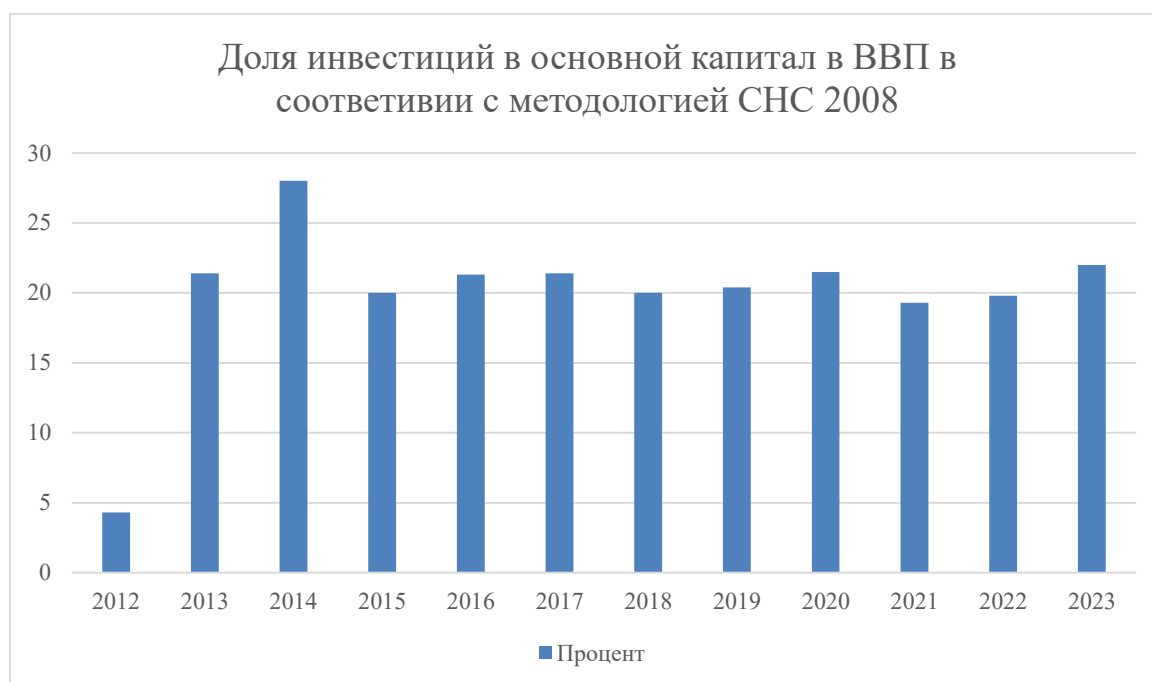


Рисунок 1 – Доли инвестиций в основной капитал в ВВП Российской Федерации за период с 2012 по 2023 гг.

Подводя итоги вышенаписанному, можно сделать вывод о том, что инвестиции являются двигателем роста экономики любой страны и любого предприятия. Инвесторы вкладывают свои средства в различные отрасли экономики, что способствует ее развитию и росту. Без инвестиций экономика не сможет функционировать эффективно. Они помогают компаниям расширять бизнес, внедрять новые технологии и улучшать качество продукции. Инвестиции также способствуют увеличению конкурентоспособности компаний на рынке. Правильное распределение инвестиций помогает стимулировать экономический рост и развитие страны. Поэтому государства активно поддерживают инвестиционную деятельность, предоставляя различные льготы и поощрения инвесторам.

Литература и источники

1. Федеральный закон "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25.02.1999 N 39-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]: Федеральный закон РФ от 25.02.1999 N 39-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

2. Инвестиции и инвестиционная деятельность : учебник / Л. И. Юзвович, М. С. Марамыгин, Е. Г. Князева, М. И. Львова, Ю. В. Куваева, М. В. Чудиновских, С. А. Дегтярев ; под общ. ред. Л. И. Юзвович ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский государственный экономический университет. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. – 498 с.

3. Доля инвестиций в основной капитал в ВВП в соответствии с методологией СНС 2008 [Электронный ресурс]// ЕМИСС : [сайт]. — URL: <https://www.fedstat.ru/opendata/7708234640-fiveasevenafourzeroatwo> (дата обращения: 09.05.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, Митрофанова М.Н., ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Арзамасский филиал

УДК 334.012.23

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПЕРАТИВНОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАДНОЙ АЗИИ И ОПЕРАТИВНЫХ МОДЕЛЕЙ HR ОРГАНИЗАЦИЙ

Куделя Л.В.

Луганский государственный университет имени Владимира Даля

vip.larisa545@mail.ru

Аннотация. В данной статье проанализировано программный план экономической и социальной комиссия для Западной Азии в виде оперативной модели управления Западной Азии за период 2020–2023 годов, который сосредоточен на оказании поддержки государствам-членам в достижении их государственных целей и приоритетов в соответствии с повесткой дня на период до 2030 года что даёт возможность повысить эффективность развития данного государства. Данный план можно осуществить в результате качественных изменений, преобразований, переход одного состояния, структуры в качественно другое. Автором выделена типология, нарождающихся операционных моделей HR, состоящую из пяти элементов: 1) модель «кульрих+»; 2) модель «Эджайл»; 3) модель «управление опытом сотрудников»; 4) модель «бизнес-лидер как HR»; 5) модель «цифровой HR».

Ключевые слова: ЭСКЗА (экономическая и социальная комиссия Западной Азии); ООН, государственные цели и приоритеты, всеобщее экономическое развитие, адаптивное управление.

ЭСКЗА возглавляет организацию Арабского форума по устойчивому развитию (АФСР) в качестве основного ежегодного регионального механизма для отслеживания и обзора реализации Повестки дня на период до 2030 года в арабском регионе. Итоги АФСР дают возможность региону высказаться на Политическом форуме высокого уровня по устойчивому развитию. Организация АФСР опирается на прочное партнерство с Лигой арабских государств и представляет собой совместные усилия с другими агентствами, фондами и программами Организации Объединенных Наций, действующими в арабском регионе. Поскольку повестка дня на период до 2030 года призывает к привлечению более широкого круга заинтересованных сторон к работе рука об руку с правительством над реализацией Повестки дня на период до 2030 года и мониторингом прогресса, ЭСКЗА разработала механизмы взаимодействия с парламентариями и гражданским обществом и постепенно расширяет охват другим группам, включая частный сектор, аудиторские институты, молодежь и научные круги [2, с. 78].

В соответствии с подходом к управлению, ориентированным на результаты, пропагандируемым во всей системе Организации Объединенных Наций, а также в духе реформы и новой оперативной модели, одобренной ее государствами-членами в 2019 году, экономическая и социальная комиссия для Западной Азии (ЭСКЗА) взяла на себя обязательство продолжать мониторинг и оценку хода выполнения своих годовых программных планов, в частности достигнутых результатов, будь то преднамеренных или непреднамеренных [1, с. 137]. Комиссия одобрила расширение своего членского состава за счет включения Алжира и Сомали в декабре 2019 года и Джибути в декабре 2022 года. Полученные в результате дополнительные программные обязательства были в значительной степени покрыты уже существующими ресурсами и потенциалом. После принятия Комиссией резолюции 335 (S-VI) от 21 декабря 2019 года план программы ЭСКЗА был преобразован в шесть подпрограмм. В то же время ЭСКЗА внедрила свою новую оперативную модель, основанную на проектном подходе к осуществлению программ и более

гибком подходе к управлению ресурсами. Спустя четыре года после начала реализации новая оперативная модель способствовала повышению ответственности за достигнутые результаты; улучшенное адаптивное управление программным планом комиссии в исключительных обстоятельствах, например, во время пандемии COVID-19 или продолжающейся войны в секторе газа; и способствовал более широкому учету сквозных вопросов, включая гендерную проблематику и инклюзивность инвалидов, в рамках приверженности комиссии принципам повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года [2, с.115]. В марте 2022 года ЭСКЗА успешно завершила процессы сертификации по стандартам ISO 14001, ISO 26000 и ISO 9000, продемонстрировав приверженность организации выполнению своих экологических и социальных обязанностей, а также постоянному совершенствованию своих продуктов и услуг [1, с. 96]. Кроме того, ЭСКЗА расширила деятельность своего регионального сервисного центра, еще больше укрепив оказание важной административной поддержки другим подразделениям Организации Объединенных Наций. Используя свой собственный опыт, комиссия поддержала и наращивала потенциал нескольких подразделений Организации Объединенных Наций в регионе и во всем мире для проведения мероприятий по управлению общеорганизационными рисками Организации Объединенных Наций и заявлению о внутреннем контроле, которые имеют жизненно важное значение для обеспечения непрерывности бизнеса, особенно в сложных операционных условиях. Осознавая свою приверженность организационному обучению, ЭСКЗА работала над дальнейшим совершенствованием внутренних процессов, реагируя и выполняя рекомендации ревизий и оценок, а также исследований, проведенных признанными надзорными органами и независимыми оценщиками. Помимо процессов обзора, завершенных управлением служб внутреннего надзора Организации Объединенных Наций (УСВН), комиссия провела следующие независимые самооценки в период 2020–2023 годов: 1. В 2020 году: оценки следующих четырех завершенных проектов, финансируемых через счет развития Организации Объединенных Наций (ДА): «осуществление, последующая деятельность и обзор повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года: укрепление потенциала арабских стран», «содействие реализации Арабского таможенного союза», «содействие продовольственной и водной безопасности посредством сотрудничества и развития потенциала в арабском регионе» и «стимулирование институционального развития для совместных подходов к достижению целей устойчивого развития в Западной Азии». 2. В 2021 году: оценка проектов, финансируемых ПДР, по теме: «содействие социальной справедливости в отдельных странах арабского региона»; проектов «национальной программы для будущего Сирии» и «Ливийского социально-экономического диалога»; и первого этапа исследования «Оценка влияния политики». 3. В 2022 году: оценка следующих трех проектов, финансируемых ПДР: «повышение энергоэффективности в жилищном секторе и секторе услуг в арабском регионе», «решение проблем вынужденно перемещенных лиц и принимающих их общин в регионе ЭСКЗА» и «повышение устойчивости и устойчивости сельского хозяйства в арабском регионе»; окончательная совместная оценка региональной инициативы по содействию маломасштабному использованию возобновляемых источников энергии в сельских районах Арабского региона и дополнения к ней; а также оценку портфеля электронного обучения ЭСКЗА и второго этапа исследования «Оценка влияния политики», посвященного поведенческим подходам. 4. В 2023 году: оценка стратегии данных комиссии и обзор функции поддержки исполнительного руководства. Оказанная поддержка соответствует мандатам ЭСКЗА и включает в себя следующее: совершенствование существующих и разработку новых методологий анализа социально-экономических показателей и производства знаний на основе анализа имеющихся данных, тенденций, проблем и возможностей в целях выявления жизнеспособных политических решений и рекомендации; предоставление консультативных услуг и технической экспертизы по требованию; наращивание человеческого и институционального потенциала; содействие

инклюзивному диалогу для достижения консенсуса по вопросам регионального, субрегионального и трансграничного значения; поддержка производства и распространения данных, включая данные о ЦУР; и оказание поддержки национальным обзорам хода реализации повестки дня на период до 2030 года [5, с.164].

Арабская инициатива по мобилизации финансирования мер по борьбе с изменением климата для водных ресурсов (AIM Climate Finance for Water) направлена на создание регионального потенциала по мобилизации финансирования для действий в области водных ресурсов в условиях меняющихся климатических условий. Инициатива поддерживает региональные и глобальные обязательства по увеличению финансирования адаптации до равного финансирования смягчения последствий изменения климата. Это особенно актуально для испытывающего дефицит воды арабского региона, где только одна треть международных государственных финансовых потоков по борьбе с изменением климата направляется на адаптацию. АИМ «Климатическое финансирование водных ресурсов» тесно связано с тремя региональными инициативами по климатическому финансированию водных ресурсов. Он поддерживает Арабскую стратегию водной безопасности в арабском регионе для решения проблем и будущих потребностей устойчивого развития до 2030 года и ее план действий.

Он основан на усилиях по внедрению научно-обоснованного подхода к целенаправленным действиям в области водных ресурсов на региональном, национальном и водосборном уровнях при поддержке Региональной инициативы ЭСКЗА по оценке воздействия изменения климата на водные ресурсы и социально-экономическую уязвимость в арабском регионе (РИККАР). Он также опирается на инициативу по борьбе с дефицитом воды продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций. Основными ключевыми результатами, достижению, которых способствовала ЭСКЗА являются следующими: 1) «изменение климата и устойчивость природных ресурсов»; 2) «гендерная справедливость, народонаселение и инклюзивное развитие»; 3) «всеобщее экономическое процветание»; 4) «статистика, информационное общество и технологии»; 5) «Повестка дня на период до 2030 года и координация ЦУР»; 6) «Управление и предотвращение конфликтов». Как упоминалось ранее, сама ЭСКЗА и органы, уполномоченные государствами-членами выполнять такие функции, регулярно проводят тщательные оценки проектов, подпрограмм, инициатив и компонентов управления, и из них извлекаются уроки. Это дополняет существующую деятельность Организации Объединенных Наций по контролю за результатами, достигнутыми отдельными подразделениями и системой в целом, что дополнительно способствует адаптивному управлению и обучению. Результаты, нельзя отнести только на счет работы ЭСКЗА, поскольку они являются результатом тесного партнерства с правительствами государств-членов и сочетания национальных, региональных и международных усилий, в том числе других подразделений Организации Объединенных Наций и партнеров по развитию [6, с.45]. Однако ЭСКЗА считает, что знания и анализ, которые она предоставляет, практическая поддержка и инструменты, которые она предлагает, направленные на содействие выработке политики, а также отношения доверия, которые она установила со своими государствами-членами, – все это способствовало прогрессу арабского региона на пути к достижению общих целей.

На рубеже 2023 года компания McKinsey представила типологию нарождающихся операционных моделей HR, состоящую из пяти элементов.

1. Модель «Ульрих+». Это адаптация классической «модели Ульриха»: HR бизнес-партнеры наращивают профессиональные компетенции и берут на себя функционал центров экспертизы. Последние становятся меньше и получают поддержку от виртуальных команд ведущих экспертов в штаб-квартире, а также от избранных HR бизнес-партнеров. Негибкие по природе ОЦО недостаточно быстро реагируют на изменения бизнеса, и повысить их

эффективность может цифровизация операций. Данная модель HR характерна для крупных компаний со зрелыми и стабильными бизнес-моделями.

2. Модель «Эджайл». Число HR бизнес-партнеров сокращено, и они сосредоточены на консультировании руководства и организационном развитии. Размер и количество центров экспертизы также сокращены, и фокусируются они на углублении экспертизы и ключевых темах: HR-данные и аналитика, стратегическое планирование персонала, его разнообразие и инклюзивность. Высвобожденные кадры направляются на кросс-функциональные проекты. Конечная ответственность HR за бизнес достигается через концентрацию экспертов на проектах и наделение команд конкретными задачами. Это модель для быстро растущих компаний.

3. Модель «Управление опытом сотрудников». Призвана помочь руководителям HR достичь конкурентного преимущества через создание «пути сотрудников» мирового класса. Непропорционально большие ресурсы аллоцируются на достижение превосходства на ряде его «критически важных этапов» (например, процессе адаптации). Иные активности HR максимально стандартизированы. Конечная ответственность HR за бизнес возникает в области стратегии и политик организации. Компании с этой моделью сильно зависят от ключевых сотрудников, обладающих малым набором конкретных компетенций.

4. Модель «Бизнес-лидер как HR». Линейным менеджерам передается большая автономия в управлении людьми (включая бюджеты на наем, адаптацию и развитие), что вызвано сбоями в работе, медленной реакцией и недостатком бизнес-мышления у традиционного HR. При этом менеджеров обеспечивают данными по кадровому учету сотрудников, HR-инструментами и сервисами. Политики HR минимизируются, за исключением юридических вопросов и комплаенса. Компании с этой моделью обычно имеют высокую долю белых воротничков с фокусом на исследования и разработки.

5. Модель «Цифровой HR». Здесь большинство HR-решений и процессов (например, выявление талантов и индивидуальных потребностей развития, анализ причин прогулов) автоматизированы с помощью алгоритмов ИИ, а профессионалы HR лишь дают работникам консультации и советы. В такой модели в службе HR должны быть переобученные или новые эксперты по ИИ и анализу данных. В компании с этой моделью обычно среди работников высока доля «цифровых аборигенов».

Ни одна из данных моделей не является универсальной; они должны применяться ситуационно, с учетом направлений инноваций в HR компании. Важный вывод McKinsey: в крупных диверсифицированных организациях руководители HR могут обнаружить, что разные операционные модели наилучшим образом соответствуют различным потребностям конкретных бизнесов, и тогда может использоваться комбинация этих моделей. Однако при явных достоинствах новых операционных моделей HR они, за исключением «Эджайл», не решают проблему функционального, «шахтного» мышления, типичного для традиционной конструкции HR. В 2020-е годы для преодоления этой неэффективности были предприняты активные усилия.

Из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что в основанном на самооценке секретариата ЭСКЗА, излагаются некоторые ключевые достижения, передовая практика и уроки, извлеченные за период 2020–2023 годов. В частности, в нем отражена общая направленность и управление программным планом ЭСКЗА, а также освещены ключевые результаты, достигнутые по каждой из шести основных подпрограмм. Он призван служить инструментом усиления подотчетности ЭСКЗА. Комиссии предлагается рассмотреть настоящий документ и высказать замечания и рекомендации относительно общей деятельности секретариата ЭСКЗА и ее отдельных подпрограмм.

Литература и источники

1. Абчук, В. А. Менеджмент: прикладные аспекты : учебник и практикум для вузов / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2024. – 347 с.
2. Блинов, А.О. Теория менеджмента : учебник для бакалавров / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. — 2-е изд., стер. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 298 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091530>
3. Гапоненко, А. Л. Теория управления : учебник и практикум для вузов / А. Л. Гапоненко, М. В. Савельева. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 371 с.
4. Трофимова, Л. А. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Трофимова, В. В. Трофимов. – М. : Издательство Юрайт, 2024. – 312 с.
5. Федоров, В. М. Менеджмент: теория и практика : учебное пособие / В. М. Федоров, М.А. Саньков. – М. : ИНФРА-М, 2023. – 267 с.
6. Федоров, В. М. Менеджмент: теория и практика : учебное пособие / В. М. Федоров, М. А. Саньков. – М.: ИНФРА-М, 2023. – 267 с.
7. Voluntary National Reviews (VNR) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.unescap.org/2030-agenda/voluntary-national-reviews>

УДК 339

ПРИМЕНЕНИЕ ТАМОЖЕННЫХ ПОШЛИН И НАЛОГОВ В СВОБОДНОЙ ТАМОЖЕННОЙ ЗОНЕ

Кудрина Е.А.

ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.», Социально-экономический институт
kalacevaekaterina08@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются порядок, особенности применения процедуры свободной таможенной зоны в РФ, организацию внешней и таможенной в условиях действий свободных таможенных зон.

Ключевые слова: таможенные пошлины, налоги, свободная таможенная зона.

Специальные таможенные территории, известные как свободные зоны, являются областями, где товары могут быть помещены и задействованы без уплаты таможенных пошлин, налогов и других ограничений, характерных для международных товаров. Создание этих зон осуществляется в соответствии с правилами и нормами, установленными законодательством стран-членов ЕАЭС, и специально предназначены для предоставления особых правовых рамок для предпринимательской и других видов деятельности. Применение специальных правил в свободных зонах дает предпринимателям и резидентам возможность осуществлять свою деятельность на более привлекательных условиях по сравнению с остальной частью Евразийского экономического союза. Такие преимущества способствуют развитию международной торговли и привлечению иностранных инвестиций.

Целью данной статьи является рассмотрение теоретических и практических вопросов, связанных с особенностями применения таможенных платежей в таможенной процедуре «свободная таможенная зона».

Данная цель достигается путем решения следующих задач:

1. Исследовать понятие и характеристику таможенной процедуры свободной таможенной зоны;

2. Рассмотреть порядок таможенного оформления товаров в соответствии с таможенной процедурой «свободной таможенной зоны»;

3. Исследовать проблемы взимания таможенными органами платежей и сборов;

Актуальность данной темы обусловлена тем, что необходимо всесторонне изучить особенности функционирования процедуры таможенного регулирования на территории ОЭЗ по международным, транснациональным и национальным нормативным источникам, чтобы выявить преимущества использования процедуры таможенного регулирования участниками ВЭЗ.

Объект исследования - порядок, особенности применения процедуры свободной таможенной зоны в РФ, организацию внешней и таможни в условиях действий свободных таможенных зон.

Предмет исследования - порядок использования таможенных процедур свободных таможенных зон на территории Специальной экономической зоны и их взаимодействия с другими структурами экономической деятельности.

Свободная зона – это таможенная процедура, в соответствии с которой:

- иностранные товары размещаются и используются на территории особой экономической зоны без уплаты таможенных пошлин и налога на добавленную стоимость.

- Российские товары размещаются и используются на территории Особой экономической зоны на условиях, применимых к экспорту, в соответствии с экспортной таможенной процедурой, с уплатой акцизов и без уплаты экспортных пошлин.

С момента вступления в силу федерального закона "Об особых экономических зонах в Российской Федерации" законодательная база для регулирования таможенных процедур является следующей:

1) "Таможенный кодекс Евразийского экономического союза" (приложение N 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) [1];

2) Федеральный закон "О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 03.08.2018 N 289-ФЗ [2];

3) Федеральный закон "Об особых экономических зонах в Российской Федерации" (статья 37) - таможенная процедура свободной таможенной зоны [3].

Целесообразно отметить, что уже сейчас цифровизация деятельности таможенных органов обширно происходит и в области построения правильных алгоритмов процедур контроля и цифровизации документов. В настоящее время оцифрованы практически все таможенные процедуры. Федеральной таможенной службой проведена большая работа по совершенствованию администрирования, которая направлена на облегчение совершения экспортных и импортных операций [4, с. 66].

Одним из видов таможенных процедур являются таможенная процедура свободной зоны. Она предполагает свободное перемещение товаров без взимания таможенных пошлин и тарифов в ограниченном географическом районе. Вот некоторые из ключевых характеристик процедуры свободной таможенной зоны:

1. Тарифы и таможенные пошлины: Основной целью свободной таможенной зоны является отмена тарифов и таможенных пошлин на товары, перемещаемые в пределах зоны. Это обеспечивает свободный поток товаров внутри зоны, что может стимулировать экономический рост и развитие.

2. Таможенные правила происхождения: Одной из проблем, связанных с созданием свободной таможенной зоны, является определение товаров, которые могут находиться в ней без уплаты пошлин. Для этого используются таможенные правила происхождения, определяющие условия, при которых товар может считаться товаром зоны. Данные правила обычно основываются на происхождении материалов, использованных при производстве

товара, месте его окончательной сборки или производства, а также на месте создания стоимости товара.

3. Соблюдение нормативных требований: В дополнение к отмене таможенных пошлин и тарифов, свободная таможенная зона устраняет некоторые нормативные требования к товарам, которые перемещаются в пределах зоны. Таким образом, предприятия в зоне могут работать более легко и эффективно, так как им не нужно следовать сложным правилам разных стран.

Деятельность компаний внутри свободной таможенной зоны способствует стимулированию экономического развития и роста. Эта процедура является важным инструментом, способствующим торговле и инвестициям в пределах зоны. Его основная цель заключается в упрощении деятельности компаний и создании условий для их эффективного функционирования. Данное явление является неотъемлемой частью современной мировой экономической системы и стремится к укреплению интеграции между странами. Тем самым он создает благоприятные условия для устойчивого развития как национальных, так и международных рынков. Более того, наличие свободного таможенного зоны способствует повышению привлекательности зоны для иностранных инвесторов, что способствует эффективному использованию их капитала и улучшению инвестиционного климата в стране. Это влияет на увеличение объема экспорта и импорта товаров, укрепляет позиции государства на международной арене и способствует его устойчивому развитию. Таким образом, свободная таможенная зона является важным фактором для укрепления экономической стабильности и роста страны.

Процедура таможенного оформления товаров может различаться в зависимости от правил и предписаний свободной таможенной зоны. Тем не менее, вот общий обзор шагов, связанных с процессом таможенного оформления:

1. Импортная декларация
2. Таможенный досмотр
3. Оценка
4. Оплата пошлины
5. Освобождение
6. Ведение документации

Таможенные платежи представляют собой механизм налогообложения ввоза и вывоза с целью получения доходов правительства и регулирования интернациональной торговли. Это один из основных источников дохода для многих стран, однако его конкретный объем сильно зависит от величины импорта и экспорта, а также налоговой политики каждой страны.

Также следует отметить, что таможенные платежи являются важным инструментом торговой политики. Различные государства применяют разнообразные таможенные пошлины для стимулирования или ограничения определенных видов интернациональной торговли. Под тарифами понимаются пошлины, взыскиваемые при ввозе товаров, в то время как таможенные льготы предусматривают освобождение от пошлин или их уменьшение для некоторых товаров или стран.

Таможенные платежи также могут быть источником потери доходов для правительств, поскольку они подвержены уклонению от уплаты налогов и контрабанде [5]. Точный уровень потери доходов трудно оценить, но известно, что это серьезная проблема для многих правительств, над решением которой они постоянно работают.

Таможенные платежи – это налоги и сборы, которые взимаются с импортируемых и экспортируемых товаров для увеличения доходов правительства и регулирования международной торговли. Таможенные платежи являются основным источником доходов для большинства правительств, составляя значительную часть их общего бюджета.

Общие характеристики таможенных платежей включают:

1. Получение доходов: Таможенные платежи являются основным источником доходов для большинства правительств, обеспечивая стабильный поток доходов, который может быть использован для финансирования государственных услуг и инфраструктуры, а также для погашения долгов и финансирования социальных программ.

2. Регулирование торговли: Таможенные платежи также служат средством регулирования международной торговли. Устанавливая пошлины на товары в зависимости от их страны происхождения и типа, правительства могут поощрять импорт определенных товаров и препятствовать импорту других.

3. Гармонизация тарифов: Таможенные платежи являются важной частью усилий по гармонизации торговой политики и нормативных актов между различными странами, например, в рамках региональных и глобальных торговых соглашений. Договариваясь об общих таможенных практиках и политике, страны могут облегчить бизнесу трансграничную торговлю и помочь создать равные условия для отечественных отраслей промышленности.

4. Протекционизм: Таможенные платежи также могут использоваться как форма протекционизма, при которой правительство использует высокие тарифы для защиты отечественной промышленности от иностранной конкуренции. Это может привести к удорожанию товаров для потребителей, снижению конкуренции и снижению общего экономического роста.

5. Утечка доходов: Таможенные платежи не всегда собираются эффективно, и некоторые компании и частные лица могут находить способы уклониться от уплаты пошлин и налогов. Это может привести к потере доходов правительства и ослаблению государственного контроля над торговлей.

Свободная таможенная зона – это правовой инструмент, упрощающий и ускоряющий процедуру таможенного оформления перемещаемых товаров в рамках этой зоны. В своем составе такая зона может включать отмену таможенных пошлин, тарифов и прочих препятствий, а также упрощение требований и процедур, связанных с таможенными операциями.

Основной целью свободных таможенных зон является стимулирование свободной торговли и экономической интеграции в определенной географической области. Это достигается путем обеспечения свободного перемещения товаров без введения таможенных пошлин, тарифов и иных торговых барьеров. Свободная таможенная зона имеет ряд преимуществ, среди которых значительное снижение издержек и сложностей, возникающих в процессе международной торговли, так как он упрощает процедуры торговли внутри данной зоны. Это способствует привлечению инвестиций, созданию новых рабочих мест и стимулированию экономического роста в данной таможенной зоне.

Система "Правил происхождения" является основополагающим принципом процедуры свободной таможенной зоны. Она определяет специфические условия, при соблюдении которых товары могут быть освобождены от уплаты пошлин в пределах данной территории. Происхождение материалов и процессов, использованных в производстве товаров, а также место их сборки и создания стоимости, играют ключевую роль в этих правилах. Таможенная процедура свободной торговой зоны является эффективным инструментом, способствующим экономической интеграции и развитию в определенной географической зоне. Упразднение таможенных барьеров и упрощение таможенных процедур могут способствовать увеличению объемов торговли, привлечению инвестиций и ускорению экономического роста. При этом успешное функционирование свободной торговой зоны зависит от наличия согласованной правовой базы и готовности участников сотрудничать в вопросах торговли.

Одним из примеров свободной таможенной зоны является Европейский союз (ЕС), который состоит из 27 стран-членов, отменивших тарифы и таможенные пошлины на товары, перемещаемые в пределах зоны. ЕС также известен своим сложным таможенным и

регулятивным режимом, в котором большое внимание уделяется системе правил происхождения товаров.

Другим примером является Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА), которое представляет собой торговое соглашение между Канадой, Мексикой и Соединенными Штатами (США), создавшее зону свободной торговли между этими странами. НАФТА помогла увеличить торговые потоки и инвестиции в регионе, а также привела к отмене тарифов и таможенных пошлин на товары, перемещаемые между странами-участницами.

В Африке Восточноафриканское сообщество (ЕАС) является свободной таможенной зоной, в которую входят шесть стран-членов: Бурунди, Кения, Руанда, Южный Судан, Объединенная Республика Танзания и Уганда. ВАС добился значительного прогресса в устранении торговых барьеров и содействии экономическому развитию

Подводя итог, специальная процедура свободной таможенной зоны, применяемая в Особых экономических зонах, является эффективным инструментом государственной инновационной и инвестиционной политики. Исследование указывает на необходимость уделять внимание административно-правовому регулированию предпринимательской деятельности в свободных таможенных зонах. Особое внимание следует уделить поддержанию равного доступа к необходимой инфраструктуре, защите конкуренции и созданию специальных налоговых режимов для привлечения инвестиций в данную сферу.

Интернациональное экономическое сотрудничество в России приобретает новую перспективу благодаря созданию свободных таможенных зон. Это весьма действенное направление развития, способствующее привлечению инвестиций и укреплению экономического и научного потенциала страны.

Однако, имеющийся нормативно-правовой режим для предприятий, находящихся в зонах особого режима, и создание свободной таможенной зоны требуют серьезного совершенствования. Для этого нужно внести изменения в законодательство о таможенной зоне, ликвидировать неясности и противоречия. Вдобавок нужно доработать положения таможенного кодекса и законодательства об особых таможенных зонах, особое внимание следует уделить правовому режиму в специальной таможенной зоне и Особой экономической зоне, а также порядку применения процедуры свободной таможенной зоны. Эти меры позволят эффективнее использовать потенциал свободных таможенных зон и привлечь больше инвестиций.

Развитие свободных зон имеет огромное значение для решения производственных и инвестиционных задач, а также для реализации стратегических программ и проектов. Анализ мирового опыта показывает, что такие зоны успешно функционируют во многих странах, особенно в Китае, США и др., где они уже имеют долгую историю. Успех свободных зон в этих странах объясняется наличием развитой промышленной, транспортной и социальной инфраструктуры, что привлекает инвесторов и предпринимателей. В России есть несколько причин, которые замедляют развитие свободных таможенных зон [6]. Во-первых, отсутствует должная правовая основа, которая является неотъемлемым условием успешной работы таких зон. Во-вторых, не существует эффективной маркетинговой стратегии, способной привлечь больше инвесторов и предпринимателей. Создание свободных таможенных зон представляет собой новое явление для российской экономики и требует значительной доработки и улучшений на основе исторического опыта и мировой практики.

Создание свободных таможенных зон является новым явлением для российской экономики и требует существенной доработки и совершенствования на основе исторического опыта и мировой практики. Для успешного развития свободных таможенных зон в России необходимо внести изменения в законодательство и организационную структуру, а также изучить и применить передовой опыт других стран. Это позволит обеспечить эффективное экономическое развитие страны. Внедрение законодательных и

организационных изменений будет способствовать привлечению инвестиций, созданию новых рабочих мест и развитию торговли. Изучение лучших практик других стран поможет нам определить оптимальные стратегии и методы работы, а также избежать возможных ошибок. Конечная цель - создание благоприятной и конкурентоспособной среды для развития свободных таможенных зон в России.

Литература и источники

1. "Таможенный кодекс Евразийского экономического союза" (ред. от 29.05.2019, с изм. от 18.03.2023) (приложение N 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза). – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/ (дата обращения: 03.03.2024).

2. Федеральный закон "О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 03.08.2018 N 289-ФЗ. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304093/ (дата обращения: 13.03.2024).

3. Федеральный закон «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» от 22.07.2005 N 116-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2009. – N 52 (1 ч.). – ст. 6416.

4. Земскова, И. А. Особенности цифровой деятельности таможенных органов России // В сборнике: Тенденции и проблемы социально-экономического развития России в условиях цифровизации. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией Н. С. Яшина, К. А. Грандоняна. Саратов, 2022. – С. 65-68.

5. Гудеров, М.С. Свободные экономические зоны (опыт, проблемы, перспективы) / М. С. Гудеров. – М.: НПО «Школа», 2007.

6. Иванов, О. А. Анализ роли зон свободной торговли и таможенных зон в поддержке международной торговли / О. А. Иванов // Журнал бизнес-исследований и экономики. – 2020. – №1. – Т. 6. – С. 21-26.

Научный руководитель - старший преподаватель Земскова И.А., ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

УДК 330.14

ВЛИЯНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ НА ВЫРУЧКУ В ООО «ТОПКИНСКИЙ ЦЕМЕНТ»

Лазуткина А.И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

anna.1509@inbox.ru

Аннотация. В статье проводится анализ основных фондов ООО «Топкинский цемент», определяется их влияние на объем выручки. Предложены рекомендации по преодолению негативных тенденций в обеспечении предприятия основными средствами и повышению его экономической безопасности. Рекомендации направлены на оптимизацию управления основными фондами организации и обеспечения их эффективного использования для увеличения устойчивости предприятия и привлекательности для контрагентов.

Ключевые слова: выручка, основные фонды, экономическая безопасность, факторный анализ.

Основные фонды представляют собой основу материально-технической инфраструктуры компании. Их объем определяет производственные возможности предприятия и отражает уровень оснащения рабочей силы [1, с. 37].

Состояние основных фондов играет ключевую роль в обеспечении компании экономической безопасностью. Под экономической безопасностью понимается состояние организации, при котором она защищена от различных угроз и рисков, как внешних, так и внутренних, в том числе эффективное управление финансовыми и материальными ресурсами [2, с. 128]. Эффективное управление и использование основных фондов способствует стабильности и непрерывности производственного процесса, повышению производительности труда, снижению издержек, сокращению расходов на замену изношенных средств и повышению качества продукции – достижению максимально возможного финансового результата. В результате, это способствует укреплению финансовой позиции организации, ее конкурентоспособности на рынке и общей экономической безопасности. Стоит отметить, что экономическая безопасность организации является располагающим фактором при выборе контрагента.

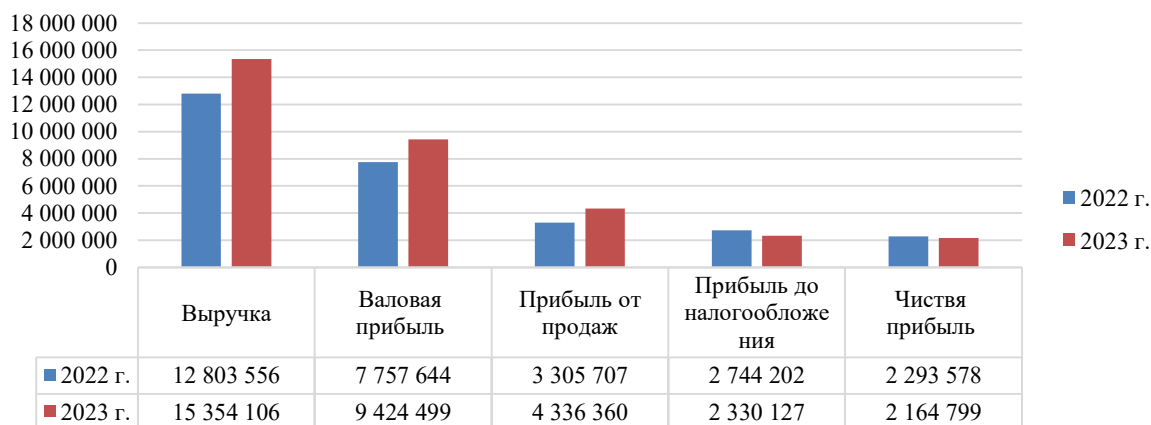


Рисунок 1 – Результаты финансовой деятельности ООО «Топкинский цемент», тыс. руб.

Изучив данные, представленные на рисунке 1, можно отметить, что эффективность работы организации улучшилась в результате прироста выручки на 19,92%. Благодаря сокращению доли себестоимости увеличилась валовая прибыль на 21,49%. Путем оптимизации коммерческих и управленческих расходов организации удалось увеличить прибыль от продаж на 31,18%. Однако, ввиду увеличения прочих расходов (на 1 747 330 тыс. руб.), прибыль до налогообложения снизилась на 15,09%, что повлекло за собой снижение чистой прибыли на 5,61%. В основном увеличение прочих расходов произошло увеличения таких статей, как: резерв по сомнительным долгам (на 1 159 881 руб.) и резерв по финансовым вложениям (на 847 746 тыс. руб.).

Таблица 1 – Данные для расчета показателей эффективности использования основных фондов в ООО «Топкинский цемент»

Показатель	2022 г.	2023 г.	Темп роста, %
Среднегодовая численность работников, чел.	1111	1194	107,47
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	2 844 877	3 393 558,5	119,29
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	6 283 582,5	6 712 928	106,83
Затраты на производство продукции – всего, тыс. руб.	5 045 912	5 929 607	117,51

Источник: составлено автором на основе [3]

На основании данных, представленных в таблице 1, видно, что все рассматриваемые показатели имеют тенденцию роста, что свидетельствует о более эффективной работе организации в 2023 году.

Фондоотдача – главный фактор эффективности использования основных фондов. Она отражает, какую прибыль компания получает на каждый вложенный в основные фонды рубль. Фондоёмкость, в свою очередь, представляет собой обратную величину фондоотдачи, показывая, сколько основных средств необходимо для производства одного рубля продукции. Ее снижение говорит об экономии трудовых ресурсов организации. Фондовооруженность оценивает степень оснащённости рабочей силы, а связь между фондовооруженностью и фондоотдачей обусловлена производительностью труда.

Таблица 2 – Показатели эффективности использования основных фондов в ООО «Топкинский цемент»

Показатель	2022 г.	2023 г.	Темп роста, %
Фондоотдача, руб.	4,500	4,524	100,53
Фондоёмкость, руб.	0,222	0,221	99,55
Фондовооруженность, руб.	2 560,65	2 842,18	110,99
Производительность труда, тыс. руб.	4 541,77	4 966,17	109,34

Источник: составлено автором на основе [3]

Анализируя таблицу 2, можно отметить, что коэффициенты фондоотдачи и фондоёмкости в 2023 году остаются практически неизменными, что указывает на стабильность организации. В анализируемом периоде отмечен рост фондовооруженности на 10,99%. Производительность труда также имеет положительную динамику – рост на 9,34%.

Далее для определения влияния основных фондов на выручку организации проведем факторный анализ. Для этого используем такие факторы, как стоимость основных фондов (экстенсивный фактор) и фондоотдачу (интенсивный фактор).

Таблица 3 – Факторный анализ выручки от продаж, тыс. руб.

Показатель	2023 г. к 2022 г.
Базисная выручка от продажи товаров	12 803 556
Условная выручка от продажи товаров	15 271 013,3
Отчетная выручка от продажи товаров	15 354 106
Изменение выручки в отчетном году по сравнению с базисным	2 550 550
в том числе за счет изменения:	
стоимости основных средств	2 467 457,3
фондоотдачи	83 092,7
Итого общая величина влияния факторов на выручку	2 550 550

Источник: составлено автором на основе [3]

В таблице 3 приведены результаты факторного анализа выручки от продаж. Из анализа следует, что на увеличение выручки от продаж на 2 550 550 тыс. руб. повлияли увеличение среднегодовой стоимости основных средств на 548 681 тыс. руб., этот фактор оказал влияние на рост выручки на 2 467 457,3 тыс. руб. и увеличение фондоотдачи в анализируемом периоде на 0,024 руб., что повысило выручку на 83 092,7 тыс. руб.

Таким образом, благодаря положительной динамике фондоотдачи, фондовооруженности и производительности труда, можно сделать вывод, что состояние основных фондов ООО «Топкинский цемент» оказывает положительное влияние на его экономическую безопасность и эффективность использования фондов. Для более эффективного использования основных фондов, по сравнению с текущим, мы рекомендуем ООО «Топкинский цемент» оптимизировать прочие расходы, в особенности по таким статьям, как

резерв по сомнительным долгам и резерв по финансовым вложениям. Это приведет к более устойчивому положению организации, большей привлекательности для контрагентов и повысит экономическую безопасность в целом.

Литература и источники

1. Петрова, Е. Г. Анализ эффективности использования основных производственных фондов (на примере ООО "УК ПРОДИМЕКС - Сахар") / Е. Г. Петрова // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2020. – № 3. – С. 37-41.

2. Веревкина, М. О. Влияние состояния основных фондов на обеспечение экономической безопасности (на материалах ООО "Мана" Абанского района) / М. О. Веревкина // Студенческая наука - взгляд в будущее : Материалы XVII Всероссийской студенческой научной конференции, Красноярск, 16–18 марта 2022 года. Том часть 3. – Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2022. – С. 128-131.

3. ООО «Топкинский цемент» // Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности [Электронный ресурс]. – URL: <https://bo.nalog.ru/organizations-card/6882699> (дата обращения 10.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук., доц. Черниченко С.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 338.35

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Лебедева К.О.

Белорусский национальный технический университет
lebedevabnty@gmail.com

Аннотация. Показаны некоторые подходы к термину промышленная политика предприятия и ключевые особенности рассмотренных подходов, включая приоритетность составляющих элементов.

Ключевые слова: промышленная политика предприятия, подходы к формированию промышленной политики.

Современная концепция успешного управления предприятием предполагает, что вся его деятельность должна гарантировать выпуск конкурентоспособных товаров и услуг, пользующихся устойчивым спросом в текущий период времени и в перспективе. Постоянно меняющиеся экономические и политические условия, усиление конкуренции, появление инноваций, предоставляющих новые возможности для бизнеса, требуют от предприятия создания адаптивной системы управления, позволяющей гибко реагировать на все рыночные изменения [1, с. 89]. Подобная адаптивная система, направленная на решение обозначенных выше задач, позволяющая системно, комплексно и динамично реагировать на изменения внешней и внутренней среды предприятия, и создающая условия для формирования и реализации стратегии определяется как промышленная политика предприятия.

Однако, несмотря на возрастающий интерес, обусловленный смещением ракурса с идеализации сферы услуг, к возобновлению интереса к развитию индустриального сектора экономики, единого подхода в экономической теории к трактовке данного термина, а также к компонентам, его формирующим, не выработано.

В отношении промышленной политики зачастую ведётся дискуссия по вопросам направленности её проведения, эффективности её отдельных инструментов, компонентов, формирующих структуру, а также в отношении самой сути термина «промышленная политика».

Следует выделить конкурентный подход, в рамках которого промышленная политика понимается как специфический инструмент, направленный на хозяйственную деятельность предприятия и под воздействием которого повышается конкурентоспособность выпускаемой продукции и предприятия в целом: «Промышленная политика – это экономико-управленческий инструмент (конструкция), включающая цели, задачи, принципы и методы реализации политики, прогнозы и планы производства собственной промышленной продукции и системы комплексного обеспечения процесса производства для достижения конкурентоспособности производимой продукции и предприятия в целом» [2, с. 16]. В данном подходе не нашли отражения такие важные, стратегические задачи хозяйственной деятельности промышленных предприятий как повышение технического и технологического уровня производственного процесса, в долгосрочной перспективе оказывающие существенное воздействие на конкурентоспособность, повышающих экологическую безопасность и эффективность функционирования предприятия и способствующие обеспечению устойчивого развития предприятия в целом. На поставленный выше вопрос частично отвечают представители технократического подхода: «Промышленную политику предприятия можно охарактеризовать, как политику, заключающуюся в повышении конкурентоспособности производства, а также определении важных для производственной базы основных направлений и технологий производства, усилении внимания на проблеме научно-технического развития» [3, с. 34]. Развитие и совершенствование технологий производства естественный процесс присущий деятельности любого предприятия, однако промышленная политика, построенная на технократическом подходе первостепенной задачей, стоящей перед предприятием, выделяет технологические и технические разработки, совершенствующие процесс производства и выпускаемую продукцию. Результатом может стать приобретение продукцией специфических, инновационных свойств, а также улучшение ее качества, сокращение и оптимизация затрачиваемых в процессе производства ресурсов, рационализация издержек производства и создания предприятию имиджа высокотехнологичного производства, а также обеспечение роста доходности производственной деятельности.

Развития техники и технологии производства не равнозначно с выпуском инновационной продукции. Зачастую положительный эффект заключается в снижении издержек, но не приводит к приобретению продуктом специфических свойств. В связи с этим, отдельно следует выделить инновационный подход к формированию промышленной политики: «Рынок, конкурентные отношения обуславливают необходимость ориентации производителя на удовлетворение нужд и потребностей потребителей, поэтому эффективным будет являться то производство, стратегическое развитие которого направлено на реализацию последнего требования посредством производства инновационной продукции. Все это обуславливает необходимость формирования и реализации промышленной политики при приоритетности ее инновационной составляющей. [4, с. 307]. Также сторонником данного подхода выступает С. В. Галачиева, отмечавшая: «Промышленная политика предприятия – это система мер, которой придерживаются члены управления предприятием, позволяющая увеличить технический уровень производства и конкурентоспособность конечного продукта, создать инновационную активность в области производства, что обеспечит эффективность деятельности предприятия» [5, с. 48]. Использование инноваций как основы роста конкурентоспособности и прибыли предприятия, безусловно, является одним из важных и эффективных направлений в стратегии развития предприятия и должны служить основой для формирования промышленной политики, но в процессе повышения инновационности производства не

следует забывать об экологических и социальных аспектах его деятельности: «необходимо чтобы промышленная политика формировалась на основе применения такой технологии, которая обеспечивала бы рациональное использование производственных ресурсов, постоянное сокращение издержек производства, повышение экологичности производства и продукции» [6, с. 73]. Данной концепции придерживаются сторонники социально-экологического подхода.

Более ёмко и целостно на вопрос о сущности категории «промышленная политика предприятия» отвечают сторонники комплексного подхода: « Промышленная политика предприятия – это система взаимообусловленных стратегических и оперативных мер в производственно-инновационной, финансово-инвестиционной и управленческо-кадровой сферах деятельности хозяйствующего субъекта с учётом наличия разноразмерности управления (макро, мезо и микро), имеющая своей целью повышение эффективности функционирования всего хозяйственного комплекса и максимизацию развития его экономического потенциала» [7, с. 231].

Литература и источники

1. Щербаков, В. В., Шевченко, С. Ю. Гармонизация торгово-промышленных взаимодействий в евразийском макроэкономическом регионе // Маркетинговая архитектура и эффективность евразийской экономики: коллективная монография / Под науч. ред. Г. Л. Багиева, И. А. Максимцева. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. – С. 89-99.

2. Бармашов, К. С., Гармонизация промышленной и торговой политики предприятий : монография / К. С. Бармашов. 2023. – 134 с.

3. Брижанева, М. А. Методологические аспекты сбалансированности торговой и промышленной политики предприятия / М. А. Брижанева // Современные условия взаимодействия науки и техники : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., Пермь, 11 нояб. 2018 г. : в 3 ч. / Междунар. центр инновац. исслед. «Omega science» ; редкол.: З. Г. Алиев [и др.] ; отв. ред. А. А. Сукиасян. – Пермь, 2018. – Ч. 1. – С. 34–36.

4. Горячева, Т. В. Стратегия развития инновационной составляющей промышленной политики предприятия / Т. В. Горячева // Атояновские чтения : материалы круглого стола, проведенного в рамках международной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы инновационного развития экономики» и международной научно-практической конференции «Социально-трудовая сфера в условиях инновационного развития: глобальное и локальное», Саратов, 27–28 ноября 2014 года. – Саратов: Общество с ограниченной ответственностью Издательство «КУБиК», 2014. – С. 304-311.

5. Галачиева, С. В. Сущность и содержание промышленной политики в условиях инновационной направленности предприятия / С. В. Галачиева // ИВД. – 2013. – №3 (26). – С. 48.

6. Калугина, О. В. Системный подход к гармонизации промышленной и торговой политики на уровне хозяйствующего субъекта / О. В. Калугина // Экономика и управление : сб. науч. тр. / С.-Петербург. гос. экон. ун-т ; под ред. А. Е. Карлика. – СПб., 2017. – Ч. 1. – С. 71–75.

7. Семёнов, С. С. Промышленная политика предприятий / С. С. Семенов, В. А. Кузнецова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2012. – №8. – С. 231-232.

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Солодовников С.Ю., Белорусский национальный технический университет

УДК 339

РОЛЬ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ РФ В БОРЬБЕ С ОБОРОТОМ КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ

Леванова В.П.

ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.», Социально-экономический институт
vika.levanova.levanova@mail.ru

***Аннотация.** В статье представлены основные направления деятельности таможенных органов РФ по пресечению проникновения и оборота контрафактной продукции на территории государства; проанализирована работа таможенных органов по цифровизации таможенной деятельности в целях повышения результативности выявления контрафактных товаров; проанализированы результаты деятельности таможенных органов по борьбе с оборотом контрафактной продукции, показывающие снижение количества контрафактной продукции на территории государства.*

***Ключевые слова:** глобальная экономика, таможенные органы, контрафакт, контрафактная продукция, параллельный импорт, цифровые технологии.*

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в современном обществе возникают новые вызовы, связанные с возможностью подделки продукции и ее реализации. Качество такой продукции не соответствует качеству подлинной продукции, т.е. продавцы такой продукции заведомо дают ложные сведения о качестве и производстве продукции, а также наносят экономический урон производителям подлинной продукции, используя их бренды. Увеличение количества контрафактной продукции обусловлено развитием глобальной экономики, международного торгового рынка, а также развитием унифицированного потребления. Мировые бренды производят и реализуют продукцию на самых разных территориях, выбирают для производства места с дешевой рабочей силой, что увеличивает риски подделки их продукции. Контрафактная продукция является фактором сдерживания опережающего развития национальной экономики и создает условия для реализации преступных схем и росту преступности в экономической сфере. Борьба с нелегальной торговлей и контрафактной продукцией является одной из основных целей деятельности таможенных органов.

Данные факторы требуют повышения уровня работы таможенных органов РФ по пресечению фактов появления и оборота контрафактной продукции на территории государства. Достижение этих целей возможно через организацию действенной деятельности таможенной службы и внедрения новых технологий в работу подразделений. Основным инструментом борьбы с контрафактной продукцией является таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности.

На диаграмме 1 приведены данные по количеству выявленной контрафактной продукции в 2022-2023 г.г. [1].



Диаграмма 1 – Количество контрафактной продукции, выявленной таможенными органами РФ в 2021-2023 г.г.

Как следует из диаграммы 1, количество контрафактной продукции в 2021 г. составило 7,2 млн ед., в 2022 г. – 8,2 млн ед., в 2023 г. – 4,89 млн ед. Рост контрафактной продукции в 2022 году, по мнению экспертов, может быть связан с разрешением ряда позиций параллельного импорта, что привело к тому, что на территории государства были предприняты попытки ввезти контрафактную продукцию под видом продукции параллельного импорта.

На диаграмме 2 представлено процентное соотношение выявления контрафактной продукции за период с января по октябрь 2023 г. [2].

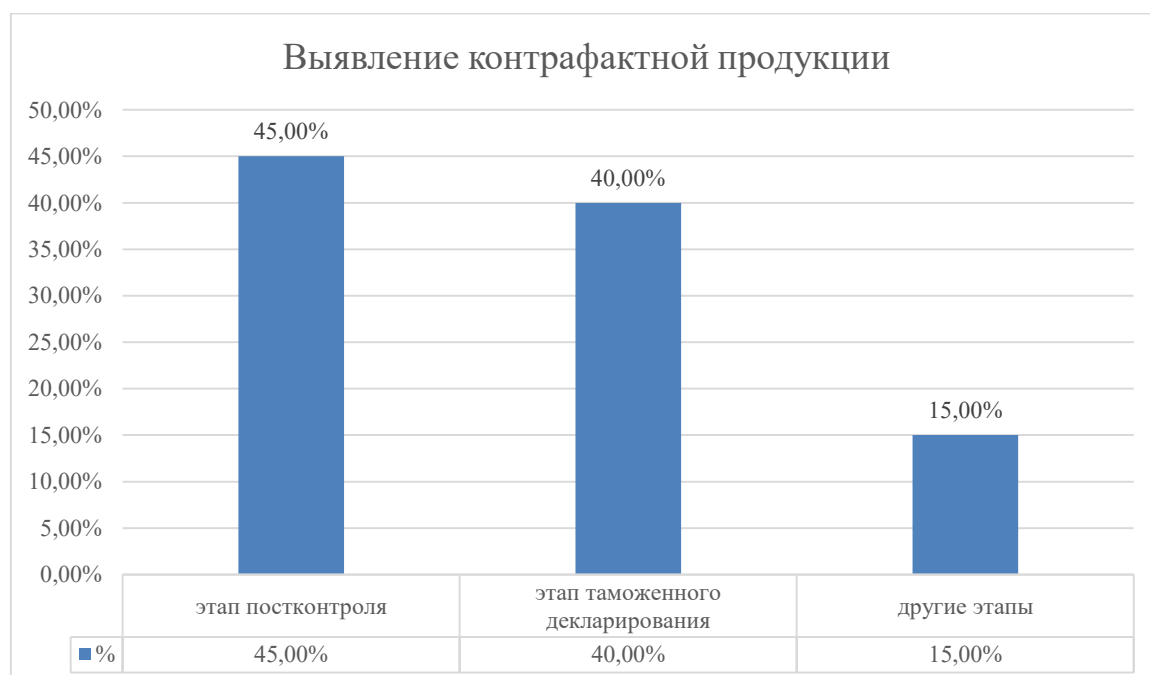


Диаграмма 2 – Выявление контрафактной продукции

В целях активизации работы таможенных органов по снижению количества контрафактной продукции особое внимание уделяется товарам из перечня параллельного импорта и товарам из перечня наиболее подверженных подделкам: одежда, обувь, продукты питания.

Вместе с тем продолжается активная цифровизация деятельности таможенных органов. Цифровизация деятельности в целом обозначена как контрольный показатель превалирующего электронного формата информационно значимых действий в рамках программы «Информационное общество».

Внедрение цифровых технологий основано на Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года [3]. На рис.1. представлены основные направления цифровизации в сфере таможенных органов:



Рисунок 1 – Основные направления цифровых технологий в сфере таможенной деятельности

Полный переход Федеральной таможенной службы на цифровые технологии даст возможность уменьшить государственные расходы при предоставлении услуг непосредственно участникам таможенных операций. В соответствии со Стратегией развития таможенной службы РФ до 2030 года, Федеральная таможенная служба России к обозначенному сроку обеспечит цифровизацию деятельности таможенных органов в полном объеме [4, с. 66].

Последовательность внедрения Единой автоматизированной информационной системы таможенных органов (ЕАИС ТО) на основе цифровых технологий определена Стратегией 2030 «Интеллектуальная таможня» [5]. Функции ЕАИС ТО как защищенной территориально-распределенной информационной системы таможенной службы РФ представлены на рис.2:



Рисунок 2 – Функции ЕАИС ТО

Действует интеллектуальный пункт пропуска (ИПП) и создает возможности для автоматического выполнения таможенных операций на основе предварительного информирования, интеллектуальной обработки информации при помощи анализа

информации датчиков технических средств автоматического контроля (номера автомобилей, вес и габариты автомобиля и т.д.).

Важное значение имеет автоматизация таможенного контроля и создание Центров электронного декларирования, в которых внедряются единый формат электронных сертификатов.

На основании проведенного анализа можно сделать следующие выводы о том, что снижение уровня контрафактной продукции на территории РФ обусловлено активизацией деятельности таможенных органов, межведомственным взаимодействием, в т.ч., на основе цифровых технологий.

Литература и источники

1. ФТС: в 2023 г. на таможне выявили 4,9 млн ед контрафактной продукции. – URL: https://shoppers.media/news/12823_fts-v-2023-g-na-tamozne-vyiavili-bolee-49-mln-edinic-kontrafaktnoi-produkcii (дата обращения: 25.03.2024).
2. ФТС: объем контрафактной продукции снизился в 2,2 раза. – URL: https://www.alta.ru/external_news/104752/ (дата обращения: 25.03.2024).
3. Стратегия развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года: распоряжение Правительства РФ № 1388-р от 23.05.2020 // Собрание законодательства РФ. – 2020. – № 22. – Ст. 3572.
4. Земскова, И. А. Особенности цифровой деятельности таможенных органов России // В сборнике: Тенденции и проблемы социально-экономического развития России в условиях цифровизации. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией Н. С. Яшина, К. А. Грандоняна. Саратов, 2022. – С. 65-68.
5. Государственная программа «Информационное общество (2011-2020 гг.)». – URL: <https://digital.gov.ru/ru/documents/4137/> (дата обращения: 19.01.2024).

Научный руководитель – старший преподаватель Земскова И.А., ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

УДК 338.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ПЛАТЕЖНОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

Лисовский Р.С., Осипова М.Ю.

ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет»
lisovskiy.roman@mail.ru, osipova.mu@mail.ru

Аннотация. Данная статья рассматривает применение машинного обучения в задачах безопасности системы банковских платежей. Объектами обучающей выборки являются транзакции, целевая переменная – статус транзакции: отклонена или успешно проведена. Задача состоит в обучении алгоритма таким образом, чтобы он смог отклонять подозрительные транзакции.

Ключевые слова: экономическая безопасность, искусственный интеллект, машинное обучение, банковская система.

Машинное обучение – наука, которая занимается поиском закономерностей введённых данных. Последнее десятилетие алгоритмы машинного обучения претерпели сильное развитие, результатом которого явилось повсеместное использование нейросетей.

Разработанные алгоритмы машинного обучения применяются в задачах классификации [1; 2], прогнозирования [3; 4], распознавания данных [5] и др. В рамках данного исследования поставлена задача обучения и тестирования алгоритма, позволяющего на основании собранных данных о банковских транзакциях отклонить или провести операцию. Алгоритмом машинного обучения выступает алгоритм линейной классификации.

Введём следующие основные определения:

x – объект, в рамках данной работы объектом выступают банковские транзакции.

X – пространство объектов, т.е. множество всех транзакций банка.

y – ответ, который выступает целевой переменной – «таргет».

Y – пространство или множество ответов, каждому из которых соответствует один объект из множества X , что означает, что каждую транзакцию можно либо отклонить, или провести.

$X = (x_i, y_i)_{i=1}^L$ – обучающая выборка, где i – номер объекта, L – количество примеров.

$x = (x_1, x_2, \dots, x_d)$ – вектор, где x_i – i -ый признак.

$a(x)$ – алгоритм, функция, предсказывающая ответ для объекта, поданного на вход.

В работе рассматривается обучение с учителем (supervised learning). Предположениями в процессе решения задачи является, что даны как сами объекты так и сами ответы: $X = (x_i, y_i)_{i=1}^L$. Целью является обучение модели по вводным параметрам. Такая постановка задачи соответствует задачи классификации. Расчёты были произведены при помощи языка программирования высокого уровня – python, и сторонних библиотек: sklearn, pandas, numpy, matplotlib.

Первым этапом работы являлся сбор параметров транзакции для анализа. Такими параметрами стали: дата создания счёта, сумма транзакции, баланс до сделки, количество средств после транзакции, вид операции (перевод, покупка), отправитель (уникальный идентификационный номер, состоящий из 11 цифр), получатель (уникальный идентификационный номер, состоящий из 11 цифр), платежный способ (Система быстрых платежей, наличные, простые переводы), жалобы на деятельность, статус транзакции (целевая переменная), процент транзакции от баланса (имеется ввиду процент от общего количество денег на счету, с которого осуществлялась транзакция), дата транзакции, время транзакции, время жизни счёта на момент транзакции (разница в днях с момента регистрации).

Вторым этапом работы являлся анализ собранных данных. Для того чтобы понять, есть ли какая-то зависимость параметров транзакции от целевой переменной, то есть, отклонена она или проведена системой банка. Для начала посчитаем соотношение успешных и отклоненных транзакций в обучающей выборке – примерно 1 к 1.

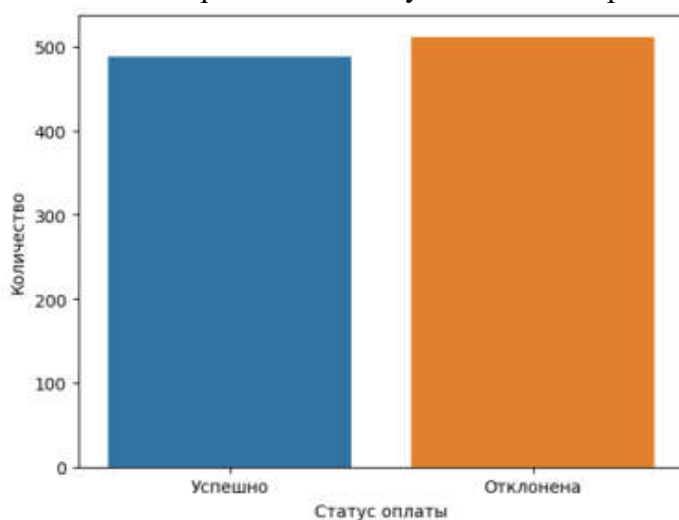


Рисунок 1 – Соотношение отклоненных и проведенных транзакций

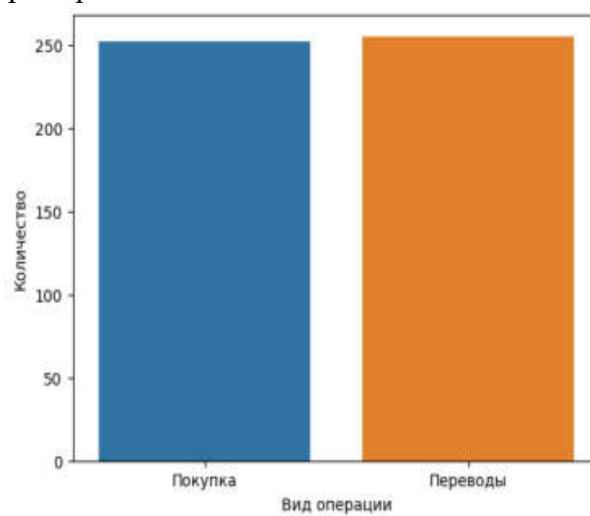


Рисунок 2 – Количество отклонённых транзакций для всех видов операций

Исходя из рисунка 1 можно сказать, что у нас почти половина всех транзакций - успешные, вторая часть, которая немного больше соответствует отклонённым транзакциям. Далее была построена гистограмма по видам операций только для отклоненных транзакций. Исходя из данных, приведённых на рисунке 2 можно сказать, что примерно 1 к 1 отклонённых транзакций по виду операции, это значит, что отклонялись не только покупки где-либо, но еще и переводы кому-либо, например физ. лицу или индивидуальному предпринимателю и т.д.

Затем построена гистограмма, показывающая количество отклонённых операций в зависимости от платёжного способа.

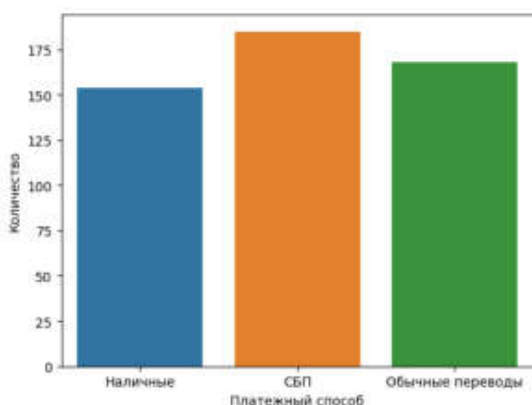


Рисунок 3 – Количество отклонённых операций в зависимости от платёжного способа

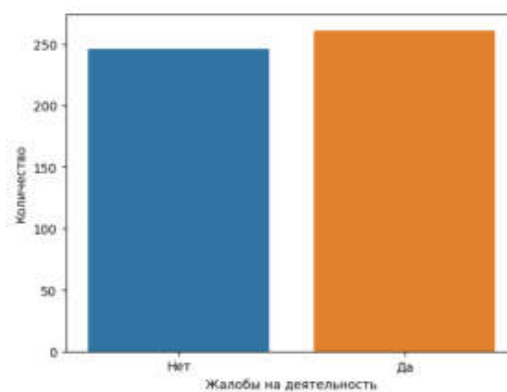


Рисунок 4 – Количество отклонённых транзакций на счета пользователей, которых поступали жалобы

Анализ рисунка 3 позволил сделать аналогичные выводы, как после анализа рисунка 2, а именно: отклоненные операции по каждому из возможных платежных способов относятся почти 1 к 1. Следующим графиком был построен график количества отклонённых транзакций на счета владельцев, которых поступали жалобы. Посмотрев на рисунок 4, были сделаны следующие выводы: несмотря на то, что есть пользователи без жалоб, их транзакции были отклонены. Также была построена гистограмма отклонённых транзакций у пользователей, которые открыли счёт в тот же день транзакции или на день раньше.

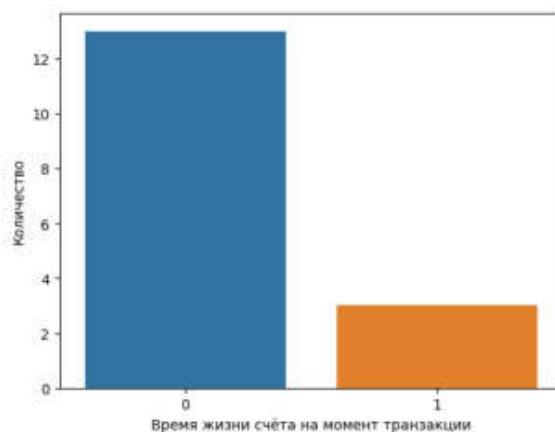


Рисунок 5 – Количество отклонённых транзакций у счетов, которые были открыты в день или за день до транзакции

Проанализировав рисунок 5, были сделаны следующие выводы: всего у 11 счетов отклонили транзакцию, несмотря на количество дней, после которых была совершена транзакция. Также были подсчитано количество отклонённых транзакций, на счета которых поступали жалобы, а также количество прошедших дней до транзакции 1 или меньше – таких всего 9. Третьим этапом работы являлась обработка данных. Так как в обучающей выборке присутствуют категориальные данные. Категориальные данные отличаются от вещественных тем, что могут быть не представлены в виде чисел, так, например, параметр “Платежный способ” содержит 3 категории: оплату через систему быстрых платежей, обычные переводы внутри банка и оплату наличными средствами. Для алгоритмов машинного обучения важно привести все категориальные значения у параметров к вещественным для обучения, а в дальнейшем для построения прогноза, таким образом, для решения возникшей проблемы, использовался метод “One hot encoder” – метод кодирования категориальных данных, в котором на каждую категорию отводится один бит, так, например, для параметра, количество значений которого 3, закодированные значения будут принимать следующий вид: 001, 010, 100 – так называемый “один активный бит”.

Четвертым этапом было обучения алгоритма. После предобработки данных, обучающая выборка была разделена в соотношении 80/20, где 20% от общего числа элементов уйдет в тестовую выборку, чтобы проверить точность алгоритма. После обучения, для проверки точности использовалась метрика качества для алгоритма линейной классификации, которая составила 0,65.

Результатом работы является обученный алгоритм, который может определить, стоит ли отклонять транзакцию. Метрика качества составляет 0,65 это значит, что на сто транзакций, алгоритм определяет статус 65 транзакций, то есть, из 65 транзакций можно точно установить статус: отклонять или проводить.

Для повышения метрики качества алгоритма может быть необходимо добавить более значащие параметры, так, например, при обучении не использовался параметр уникальный идентификатор как отправителя, так и получателя. Также для обучения алгоритма не использовался признак “Дата транзакции и время”, это было сделано для того, чтобы не было зависимости от дня в году и конкретного часа для отклонения или проведения транзакции. Данный метод для отклонения транзакций, может быть интересен специалистам в сфере банковских услуг, а также специалистам экономической безопасности.

Литература и источники

1. Бозиева, А. М. Применение методов машинного обучения при оценке деятельности образовательной организации высшей школы / А. М. Бозиева, Ф. М. Цеева, Д.В. Хатухова // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. – 2023. – № 3. – С.11-19.

2. Ле, Т. Применение алгоритмов машинного обучения в прогнозе результата пиролитического анализа / А. В. Бондарев, Л. И. Бондарева, А. С. Монакова, А. В. Баршин // Известия высших учебных заведений. Геология и разведка. 2020, № 63(6), 8-19.

3. Лютикова, Л.А. Применение метода машинного обучения для решения задачи медицинской диагностики / Л.А. Лютикова, Е. В. Шматова// Известия КБНЦ РАН. – 2021. – №6 (104).

4. Линкина, А.В. Использование моделей машинного обучения при решении задач в отрасли органического сельского хозяйства / А. В. Линкина, В. Д. Елсуков, А. А. Тришин // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2023; 85(4):133-138.

5. Кабальнов, Ю.С., Дюльдина Э.В., Исмагилова Э.М. Нейросетевая модель прогнозирования выполнения стратегии качества обучения / Ю. С. Кабальнов, Э. В. Дюльдина, Э. М. Исмагилова // Известия Челябинского научного центра УРО РАН. – 2024. – №1. – 31-36.

УДК 330.16

МЕСТО И РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ФОРМИРОВАНИИ И РЕГУЛИРОВАНИИ ПОТРЕБНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ ОБЩЕСТВА

Ломан К.Ю.

Белорусский национальный технический университет
lomankcenia@mail.ru

***Аннотация.** Статья посвящена исследованию роли государства в формировании и регулировании потребностных отношений общества. Обоснована необходимость данного воздействия, а также предложены способы государственного регулирования потребностных отношений.*

***Ключевые слова:** потребности, потребностные отношения, государство, устойчивое развитие.*

Л. Николов под потребностями понимает: «потребность есть положительное отношение между нормальным функционированием организма, или субъекта, и условиями этого нормального функционирования» [1, с. 72]. Такой подход к пониманию потребностей определяет последние как внутренний источник активности субъекта экономической системы (индивида, группы индивидов, социального класса, общества), направленный на обеспечение своей материальной жизненности. С. Ю. Солодовников справедливо отмечает: «под потребностями социальных классов и групп понимаются сущностные силы, обеспечивающие их связь с внешней средой для самосохранения и саморазвития, источник активности социальноклассовых образований в окружающем мире» [2, с. 170]. Таким образом, потребностные отношения представляют собой экономические отношения, которые возникают между субъектами по поводу формирования, заявления и удовлетворения потребностей, и в которые они вступают с целью достижения его максимальной материальной и социальной жизненности.

Потребности непосредственным образом влияют на устойчивое развитие. Под последним С. Ю. Солодовников предлагает понимать: «сутью концепции устойчивого развития является разработка социально-экономических механизмов управления социоприродными системами на региональном, национальном и глобальном уровнях в целях обеспечения устойчивого роста благосостояния населения с минимальным ущербом для окружающей среды и здоровья человека» [3, с. 58]. В достижении устойчивого развития первостепенную роль играет государство. Оно, выступая, как представитель всего общества должно, учитывая все интересы и потребности последнего, создавать базу устойчивого развития посредством реализации различных мер в формировании и регулировании потребностных отношений общества.

Для обеспечения устойчивого роста благосостояния населения необходимо воздействие государства на всех трех стадиях потребностных отношений. На стадии формирования субъект должен обладать потребностью в благе и потребностью в труде как средства достижения этого блага. Важное значение потребности субъекта в труде объясняется тем, что оно является источником развития человеческих способностей и опорой экономического процветания государства. Слабо развитая потребность в труде является предпосылкой упадка экономики как подсистемы государства, приводя все государство в дисбаланс. Последнее особо ярко описывается иждивенчеством, которое может порождать само государство: в стремлении побороть бедность населения оно может увеличивать число получателей социальных пособий, тем самым приводя к иждивенчеству и подавлению мотиваций населения к самостоятельному повышению благосостояния. Таким образом, для

экономического развития общества государство обязано направлять все силы на увеличение потребностей населения в труде, что достижимо посредством снижения количества социальных пособий, введения налогов на иждивенчество, предоставления рабочих мест безработным, обеспечением свободы предпринимательства, стимулированием деловой активности, поддержкой научно-технической деятельности.

Как уже отмечалось ранее, на стадии формирования потребностей у субъектов должны формироваться сами потребности в благах как источника активной деятельности субъекта, его мотивация. Такая мотивация в совокупности с потребностью в труде способствуют экономическому росту особенно при государственном регулировании. Государство воздействует на формирование потребностей субъектов в благах следующим образом: принятие законов, запрещающих потребление некоторых товаров (к ним могут относиться как небезопасные товары, так и иностранные товары, при условии, что отечественные производители могут производить альтернативу), принятие и реализация государственных программ на производство товаров, поддержка отечественных производителей государственными субсидиями, дотациями, активная реклама отечественной продукции. Используя приведенные меры государство обеспечивает экономическую безопасность страны, способствует росту национальной экономики.

Заявление потребностей осуществляется действием спроса, возникновением дефицита или профицита на рынке, в крайних случаях забастовками, митингами. В этом случае государство обязано быстро реагировать, обеспечивая требуемые субъектами блага и условия для обеспечения потребностей.

Удовлетворение потребной является заключающей стадией потребностных отношений. Оно возможно после непосредственного производства и распределения благ. Важное место в производстве занимают экономические интересы, основой которых являются осознанные потребности. Экономический интерес представляет собой направленность активности субъекта на создание наиболее благоприятных условий, необходимых для удовлетворения потребностей. Экономические интересы субъектов могут совпадать, совпадать частично, быть противоположным. Такое различие экономических интересов обусловлено отношениями собственности и социально-экономическими способностями субъектов, что объясняет действие экономических интересов как механизма образования социально-экономических групп, классов. С. Ю. Солодовников пишет: «любое общество не является чем-то монолитным, а делится на множество социальных классов, которые обладают специфическими социально-экономическими интересами, причём интересы ряда этих классов всегда будут не соответствовать направлению устойчивого развития» [3, с. 58]. Субъекты экономической системы, вступая в потребностные отношения с другими субъектами, ориентируются на увеличение своей жизненности, что в современных условиях возможно посредством интенсификации производства. Последнее является как источником экономического роста, так и источником экологических угроз. В стремлении максимизировать прибыль предприниматели используют наиболее эффективное и дешевое производство, не обращая внимание на экологические последствия выбросов отходов производства в водоемы и атмосферу. Отсутствие стимула к переходу на экологически чистое производство объяснимо его высокой стоимостью и зачастую невысокой эффективностью по сравнению с дешевыми аналогами. Поэтому государство – как воплощение воли всех граждан, институт, выражающий, защищающий и реализующий интересы всего общества – должно в долгосрочной перспективе рассматривать влияние производства на окружающую среду, минимизировать его негативные последствия и обеспечить рациональное использование природных ресурсов в настоящее время для обеспечения благосостояния граждан и достижения устойчивого развития. К государственным мерам, направленным на достижение устойчивого развития с экологической стороны, относятся: введение законов, регулирующих охрану окружающей среды; разработка национальных программ по охране экологии; принятие программ по

сокращению выбросов вредных отходов на предприятии; поддержка и поощрение использования экологически чистых и энергоэффективных технологий; финансовая поддержка экологических инноваций.

Для удовлетворения потребностей также важно справедливое распределение благ посредством рыночного обмена, которое требует государственного контроля. Для максимального удовлетворения потребностей всего общества государство должно осуществлять ряд следующих мер: обеспечение правовой базы, способствующей эффективному функционированию рыночной системы; обеспечения стабильного уровня цен; проведение антимонопольной политики; социальное обеспечение нетрудоспособных слоев населения и т.д.

Таким образом, государство играет важную роль в потребностных отношениях общества. Посредством формирования и регулирования последних на всех трех этапах: формировании, заявлении и удовлетворении потребностей – оно обеспечивает устойчивое развитие всего общества.

Литература и источники

1. Николов, Л. Структуры человеческой деятельности [Текст] / Л. Николов ; ред., авт. предисл. Л. П. Буева, пер. Л. В. Блишников. – Москва : Прогресс, 1984. – 176 с.
2. Солодовников, С. Ю. Классы и классовая борьба в постиндустриальном обществе: методологические основы политико-экономического исследования / С. Ю. Солодовников. – Минск : Белорусский национальный технический университет, 2014. – 378 с.
3. Солодовников, С. Ю. Экономический рост и истинные инвестиции: сущность и взаимообусловленность / С. Ю. Солодовников // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Теория и практика управления. – 2017. – № 18(23). – С. 56-63.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Мелешко Ю.В., Белорусский национальный технический университет

УДК 331.1

«ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ»: ПОНЯТИЕ И РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Мальков К.А.

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Арзамасский филиал
malkov152@mail.ru

***Аннотация.** В данной статье исследуется сущность понятия «человеческий капитал». С этой целью рассматриваются основные определения, данные ему различными авторами и анализируется, какое из понятий является наиболее подходящим для современной экономики.*

***Ключевые слова:** человеческий капитал, экономика, ресурсы, образование.*

Человеческий капитал является одним из самых важных ресурсов экономики. Однако человеческий капитал, как и экономика, постепенно видоизменяется и потому сегодня как никогда важно понять его роль и способы его формирования.

Для этого сначала необходимо обратиться к определениям человеческого капитала.

Рассмотрим одно из них: «способность человека к совершению работы по созданию любых материальных и нематериальных ценностей является способностью к получению доходов и прибылей, то есть подтверждением того, что это является капиталом» [1 с. 202]. Исходя из этого определения, мы сразу видим и достаточно понятный вектор развития для трудовых ресурсов – общая эффективность трудовых ресурсов будет неизменно повышаться с повышением навыков и способностей по созданию материальных ценностей. А в условиях современной экономики, которая обладает большим количеством трудоёмких производств, повышение общей квалификации и знаний является практически единственным способом повышения стоимости.

Но здесь имеется некоторая сложность – процесс формирования самого капитала неизбежно связан с инвестициями, одним из важнейших компонентов инвестиций является вложение на обучение на производстве, к другим инвестициям можно отнести вложение средств в образование, различные социальные услуги, а также различного рода поощрения перспективных кадров [2]. Однако при этом мы можем столкнуться с несколькими проблемами.

Во-первых, вполне возможна ситуация, при которой человеческий капитал может обойтись дороже, чем то количество товаров и услуг, которое будет создано этим человеком. Во-вторых, возможна и ситуация, при которой доход человека не позволяет покрыть расходы на формирования человеческого капитала, что характерно для многих стран, где или отсутствуют бюджетные формы обучения или же не являются доступными по тем или иным причинам, что, однако является не так плохо для экономики в целом, поскольку затраты по итогу возмещены из-за того, что человек сам оплачивает полную сумму обучения. Несколько сложнее обстоит вопрос в случае наличия бюджетных форм образования. Так насколько же эффективно вложение в образование и развитие со стороны государства? Оно является достаточно эффективным для определенных сфер – в первую очередь это различные кузницы бюджетных и муниципальных кадров, а также подготовка работников ВПК, в них государство заинтересованно непосредственно. Остальные же вносят свой вклад опосредованно, в целом в экономику своей страны. Но для того, чтобы делать такие выводы обратимся к статистике. В США, «оценки отдачи начального образования достигают 100%, среднего 15-20%, высшего – 10-15%» [3 с. 33]. Как мы можем видеть, то постепенно, с повышением уровня образования постепенно уменьшается отдача и достигает своего минимума в 10% в высшем образовании, но несмотря на это, инвестиции в высшее образование всё еще является прибыльными (хотя и стоит учитывать, что они являются неоднородными и зависят напрямую от конкретной сферы образования – где-то оно может являться более выгодным, где-то менее). Кроме того, стоит учитывать и наличие человеческого фактора. Вполне возможно, что человеческий капитал может явиться или не приносящим никакого дохода, или что еще хуже отрицательным и являющимся в большей степени проблемным, даже если тот задействован на производстве, на это в первую очередь влияет алкоголизм, наркомания, бандитизм и т.п. [4 с. 36]. Одна из наибольших проблем для отрицательного или бесполезного человеческого капитала является, то, что государство, помимо уже вложенных средств, вынужденно вновь вкладываться в борьбу и переподготовку их, и если в ситуации среднего образования, это еще будет иметь смысл, то в ситуации высшего, составляющего лишь 10-15% отдачи, вполне может стать убыточным для государства. Кроме того, необходимо учитывать и то, что компании также должны подстраиваться под человеческий капитал, обеспечивая новые кадры современным оборудованием, на котором их обучали работать, что часто является невозможным и работа продолжается на устаревшем оборудовании. В итоге мы оказываемся в ситуации, когда уровень подготовки значительно вырос вместе с соответствующими затратами, но при этом реальные доходы как самих людей, так и компаний, и государства практически не увеличились [5 с. 81]. При том нужно учитывать и характер инновационной экономики, во многих странах ресурсо- и наукоемкие сферы развиты гораздо слабее, нежели более простые,

проблема часто наблюдается и с невозможностью применения новых технологий, что не дает человеческому капиталу полностью раскрыть свой потенциал [6 с. 39].

Говоря про современную экономику, мы не можем и не затронуть феномен глобализации, который непосредственно связан с миграцией человеческого капитала. Миграция трудовых ресурсов с одной стороны позволяет получать новый человеческий капитал из-за границы, но также может привести к оттоку трудовых ресурсов из страны. Миграция человеческого капитала обладает как рядом плюсов, так и определенными недостатками, главными из которых являются некупаемость создания человеческого капитала, уменьшение налоговых поступлений и т.п. [7 с. 1-4] Особенно такая проблема наблюдается при переезде трудовых ресурсов в более развитые страны, например – «среди студентов из Китая, Индии процент оставшихся после обучения работать в США составляет коридор 87-91%», и несмотря на то, что такой отток вредит экономикам этих стран, он благоприятно сказывается на мировой экономике [7 с. 6-7].

Не стоит забывать про то, что роль государства и предприятий состоит не только в формировании человеческого капитала, но и в поддержании его в готовом состоянии, что делает его одним из сложнейших ресурсов экономики. Человеческий капитал нельзя изменить в короткий срок и необходимо поддерживать на протяжении длительного времени, что в свою очередь стимулирует конкуренцию государств за рынок труда и сами трудовые ресурсы. Для этого государствам необходимо определенным образом соблюдать благоприятные условия, а также социальную среду, в которой и формируются человеческие ресурсы [8 с. 34]. Но все же стоит подчеркнуть и каким образом государство инвестирует в человеческий капитал. В первую очередь, это уже ранее подчеркнутые инвестиции в образование, при чем образование постоянное, на протяжении всей жизни. Кроме того, ранее затрагивались и инвестиции, направленные на повышение уровня жизни, прежде всего речь идет о развитии медицины. Обычно кроме двух вышеназванных пунктов выделяются и «расходы на мобильность» Одним из способов решения выше поставленных проблем может служить повышение заработной платы [3 с. 83], однако в условиях рыночной экономики данное решение является достаточно тяжелым в реализации. Кроме того, часто упускается из вида и идеологическая составляющая – государство должно не только стимулировать развитие образования и медицины, но и формировать людей, стимулированных к труду [3 с. 83-84]. Еще одним из направлений инвестиций могут считаться и расходы на миграцию, цель которых как привлечение труда со стороны, так и передвижение трудовых ресурсов внутри страны, с целью развития производств в различных регионах [8 с. 178].

Подводя итог всему вышесказанному, мы можем наблюдать, что в современной экономике человеческий капитал играет важнейшую роль, которая сильно возросла за последнее время, быстрый рост наукоемких производств предъявляет все большие и большие требования к компетенциям и подготовке новых кадров, из-за чего в человеческий капитал необходимо постоянно инвестировать. Кроме того, в процессе формирования человеческого капитала существует ряд проблем, которые необходимо решать любому государству, заинтересованному в росте и развитии, основные из которых это: проблемы подготовки человеческого капитала, его отток и доходы, получаемые от него. Хотя многие из этих проблем отчасти компенсируются за счёт процессов глобализации и получения человеческого капитала извне, государство в любом случае должно заботиться как привлечением и размещением человеческого капитала, так и созданием собственного человеческого капитала, достаточно для нормального и стабильного развития и укрепления экономики.

Литература и источники

1. Михалева, У. Н. Проблема формирования человеческого капитала в России / Тольятти: Азимут научных исследований: экономика и управления. – 2018. – №4(25). – Т.7. – 348 с.
2. Кончакова, Л. Н. Человеческий капитал и инвестиции в человеческий капитал

предприятия / Л. Н. Кончакова, С. В. Чугунова. – Красноярск: Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2017. – Т.3. – 1226 с.

3. Кочагин, Ю. А. Современная экономика России / Ю. А. Кочагин. – Ростов-на-Дону, «Феникс», 2008. – 670 с.

4. Кочагин, Ю. А. Российский человеческий капитал: фактор развития или деградации? / Ю. А. Кочагин – Воронеж: ЦИРЭ, 2005. – 252 с.

5. Пивоваров, В. И. К вопросу о человеческом капитале / В. И. Пивоваров, В.В. Мазур. – М.: Известия Московского государственного технического университета МАМИ, 2020. – 232 с.

6. Долгова, Т. В. Роль человеческого капитала в инновационной экономике. / Т. В. Долгова, Ю. О. Мешкова. – Краснодар: Научный вестник ЮИМ. – 2015. – №4. – 90 с.

6. Карова, Е. А. Миграция человеческого капитала/ Е. А. Карова // Вестник евразийской науки. – 2020. – №1. – Т.12.

7. Долгова, Т. В. Содержание человеческого капитала / Т. В. Долгова, Ю. О. Мешкова. – Краснодар: Научный вестник ЮИМ. – 2015. – №3. – 88 с.

8. Бибилаева, К. В. Инвестиции в человеческий капитал / К. В. Бибилаева // Экономика и социум. – 2017. – №5(36). – 1225 с.

Научный руководитель – канд. экон. наук, Митрофанова М.Н., ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Арзамасский филиал

УДК 332.053:331.1

ВЛИЯНИЕ ЛИКВИДНОСТИ БАЛАНСА И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ АО «РАСПАДСКАЯ-КОКСОВАЯ» НА ОЦЕНКУ ЕГО НАДЕЖНОСТИ НА РЫНКЕ

Мокренко С.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

snejok0303@mail.ru

***Аннотация.** Актуальность темы заключается в том, что показатели ликвидности и платежеспособности предприятия являются финансовыми индикаторами надёжности предприятий на рынке. Целевая направленность работы заключается в оценке уровня надёжности компании посредством анализа её платёжеспособности и ликвидности баланса. Надёжность предприятия проявляется в его работоспособности в любых обстоятельствах, т. е. в возможности продолжения производственной деятельности и выполнения условий контрактов, несмотря на изменения внешних и внутрифирменных факторов. Уровень производственной надёжности экономического субъекта формируют такие факторы, как: земля, труд, ресурсы. А способность компании выполнять условия контрактов определяется, в первую очередь, финансовыми факторами: структурой и качеством капитала, степенью сопряжённости активов и пассивов (ликвидностью баланса) с позиции срочности проводимых хозяйственных операций и др. В данной статье исследовано влияние одного из факторов воздействия на оценочные характеристики надёжности контрагента на рынке - уровня ликвидности баланса и платёжеспособности организации.*

***Ключевые слова:** надёжность предприятия, платежеспособность, ликвидность баланса.*

Анализ состава и структуры активов и пассивов баланса АО «Распадская-коксовая» в динамике представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Группировка статей баланса организации

Статьи баланса	Сумма, тыс. руб.			Удельный вес, %		
	2021г.	2022г.	2023г.	2021г.	2022г.	2023г.
Актив						
А1 – высоколиквидные активы	5 796	6 260	3 179	0,02	0,02	0,01
А2 – быстро реализуемые активы	13 035 110	16 194 143	18 079 661	49,18	51,15	52,91
А3 – медленно реализуемые активы	1 356 589	1 664 410	1 900 092	5,12	5,26	5,56
А4 – трудно реализуемые активы	12 105 498	13 796 353	14 185 029	45,68	43,57	41,52
Баланс	26 502 993	31 661 166	34 167 961	100	100	100
Пассив						
П1 – Наиболее срочные обязательства	9 330 567	6 762 593	6 514 202	35,21	21,36	19,07
П2 – Краткосрочные обязательства	1 198 254	818 412	1 283 524	4,52	2,58	3,76
П3 – Долгосрочные обязательства	2 079 191	2 396 479	2 297 745	7,85	7,57	6,72
П4 – Постоянные пассивы	13 894 981	21 683 682	24 072 490	52,43	68,49	70,45
Баланс	26 502 993	31 661 166	34 167 961	100	100	100

Источник: составлено по [1]

В активной части баланса доминируют быстро реализуемые активы (49,18% - 52,91%), что свидетельствует об отвлечении значительных сумм из оборота предприятия в качестве дебиторской задолженности, а также о потенциальном снижении уровня эффективности деятельности компании. Существенная доля трудно реализуемых активов (41,52% - 45,68%) подчёркивает фондоёмкость производственного процесса предприятия.

В пассивной части баланса организации превалирует растущий в динамике собственный капитал (52,43% - 70,45%), что положительно характеризует политику предприятия по снижению его чувствительности к рискам. Высокая доля кредиторской задолженности в начале расчётного периода (35,21%) свидетельствует о высоком уровне финансовой зависимости предприятия от привлечённых средств. Однако в динамике отслеживается снижение зависимости от кредиторов (21,36%, 19,07%).

Далее представлен анализ абсолютных показателей ликвидности баланса АО «Распадская-коксовая» (табл. 2).

Таблица 2 – Анализ абсолютных показателей ликвидности баланса

2021г.		2022г.		2023г.	
Выполнение условия оптимальности	Платёжный излишек (+) или недостаток (-)	Выполнение условия оптимальности	Платёжный излишек (+) или недостаток (-)	Выполнение условия оптимальности	Платёжный излишек (+) или недостаток (-)
A1<П1	- 9 324 771	A1<П1	- 6 756 33	A1<П1	- 6 511 023

2021г.		2022г.		2023г.	
A2>П2	11 836 856	A2>П2	15 375 731	A2>П2	16 796 137
A3<П3	- 722 602	A3<П3	- 732 069	A3<П3	- 397 653
A4<П4	1 789 483	A4<П4	7 887 329	A4<П4	9 887 461

Источник: составлено автором

Анализ сопряжённости активов и пассивов баланса предприятия привёл к следующим результатам. С одной стороны, быстрореализуемые активы (A2) покрывают стоимость краткосрочных обязательств предприятия (П2), трудно реализуемые активы (A4) полностью покрываются собственным капиталом предприятия (П4). С другой стороны, в финансовой деятельности компании выявлены проблемы: высоколиквидных активов (A1) недостаточно для погашения кредиторской задолженности предприятия (П1); медленно реализуемые активы (A3) не полностью покрывают долгосрочные обязательства предприятия (П3). При этом следует отметить снижение платёжного недостатка в динамике. Таким образом, при невыполнении двух неравенств, предприятие попадает в критическую зону платёжеспособности с нарушенной ликвидностью баланса [2].

В таблице 3 отражён анализ относительных показателей заданной группы.

Таблица 3 – Анализ относительных показателей ликвидности баланса и платежеспособности предприятия

Показатели	Норма	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2–0,25	0,001	0,001	0,0004
Коэффициент критической (быстрой) ликвидности	0,8 – 1,0	1,24	2,14	2,32
Коэффициент текущей ликвидности	> 2,0	1,37	2,36	2,56

Источник: составлено автором

Недопустимый уровень коэффициента абсолютной ликвидности ещё снижается в динамике, что говорит о неспособности предприятия оплачивать наиболее срочные обязательства за счет денежных средств и их эквивалентов. Коэффициент критической ликвидности имеет сверхнормативное значение и устойчивую тенденцию роста, что связано, видимо, с огромными массивами дебиторской задолженности предприятия. В 2021 году коэффициент текущей ликвидности не соответствовал норме, что свидетельствовало о трудностях финансирования текущих обязательств. В последующие периоды данный показатель находится в пределах нормы и демонстрирует положительную динамику, что говорит о достаточности текущих активов предприятия для погашения краткосрочных обязательств.

С одной стороны, выявлены негативные тенденции, отражающие снижение уровня ликвидности баланса: падение денежных средств на 95,83%, снижение краткосрочных финансовых вложений на 1,29%. Но, с другой стороны, отмечены и положительные устремления факторов во времени: рост дебиторской задолженности на 38,69%, повышение стоимости запасов на 43,05%. Если экспансию запасов можно оценить однозначно положительно, то растущую дебиторскую задолженность, рассматриваемую как фактор предпочтительного роста, необходимо рассматривать не только с позиции роста, но и с точки зрения её качества (своевременности погашения задолженности со стороны дебиторов, отсутствия просроченных долгов и т. п.) [3].

Расширяющаяся в динамике дебиторская задолженность компании может рассматриваться как фактор предпочтительного роста только при условии её своевременного погашения дебиторами. В противном случае предприятие не сможет вовремя рассчитаться с долгами. Его задолженность либо наращивается, либо статична уже продолжительное время. Несомненно, платёжеспособность и «платёжготовность» дебиторов предприятия

непосредственно воздействует на деловую репутацию и уровень платёжеспособности кредитора.

Таким образом, результаты анализа свидетельствуют о нахождении АО «Распадская-коксовая» в критической зоне платёжеспособности с нарушенной ликвидностью баланса, но, в то же время, о возникновении предпосылок к повышению уровня надёжности предприятия в ближайшей перспективе, при сохранении выявленных тенденций.

Литература и источники

1. Государственный информационный ресурс Бухгалтерской финансовой отчетности. – Текст : электронный // Федеральная налоговая служба : сайт. – URL: <https://bo.nalog.ru/organizations-card/5759744> (Дата обращения: 3.04.2024)

2. Лещева, М. Г. Анализ финансовой отчетности организаций АПК: учебное пособие / М. Г. Лещева. – 2022. – 260 с.

3. Финансовый анализ : учебник и практикум для вузов / И. Ю. Евстафьева [и др.] ; под общей редакцией И. Ю. Евстафьевой, В. А. Черненко. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 337 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00627-8. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/536461> (дата обращения: 15.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Черниченко С.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 338.2

АДАПТАЦИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РФ К САНКЦИЯМ

Морозова К.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
cristina-01@list.ru

Аннотация. В статье представлены результаты анализа влияния санкций на экономическую безопасность банковского сектора РФ, проведен сравнительный анализ основных нормативов банк, а также предложены меры по минимизации последствий от введения санкций.

Ключевые слова: санкции, банковский сектор, экономическая безопасность.

В современном мире международные отношения перешли в стадию напряженности. Органы власти стараются наложить как можно больше ограничений на другие государства, чтобы они изменили реализуемую ими политику.

В 2022 году Россия столкнулась с беспрецедентными санкциями со стороны США, ЕС и их союзников. Это привело к тому, что у российских кредитных организаций появился ряд проблем, а именно: ограничение в привлечении финансирования со стороны западных стран, принудительное закрытие корреспондентских счетов российских клиентов в зарубежных банках, а также потеря комиссионных доходов из-за запрета на трансграничные переводы и отключение их от международной платёжно-расчётной системы и др.

Все санкции, вводимые против российских банков, можно разделить на две группы: блокирующие и секторальные. Блокирующие санкции представляют собой заморозку активов и запрет на любые операции с физическими или юридическими лицами из санкционного списка. Секторальные же санкции ограничивают заключение сделок с новыми

долговыми обязательствами и кредитами, которые предоставляются на длительный срок. Под такими ограничениями находятся 56 банков. Вызывающим с точки зрения международного права является решение Совета ЕС в 2024 году об использовании доходов от замороженных российских активов для финансирования помощи Украине [1].

Одним из самых масштабных шоков для банковского сектора России стало отключение некоторых коммерческих банков от системы SWIFT в 2022 году. До этого момента под такое ограничение в 2012 году попадал только Иран в рамках совместных санкций США и ЕС. Это привело к увеличению сроков и стоимости осуществления международных платежей, а также к отказу многих зарубежных инвесторов и банков от партнерских отношений с Россией. Однако у Банка России уже была подготовлена платформа для передачи электронных сообщений по финансовым операциям, а именно система передачи финансовых сообщений (СПФС). Это позволило кредитным организациям осуществлять расчеты в рамках корреспондентских отношений как внутри страны, так и за ее пределами. По данным Банка России, за 2022 год трафик СПФС вырос в три раза по сравнению с 2021 годом, и к ней подключилось около 130 банков и компаний из более чем 10 стран [2].

С точки зрения обеспечения экономической безопасности банковского сектора, санкции являются методом экономического давления, который впоследствии может привести к угрозе, нарушающей нормальное функционирование банковской системы в целом и отдельных ее элементов. Для того чтобы оценить влияние санкций на экономическую безопасность банковского сектора, проведем анализ банковских нормативов трех кредитных организаций – Сбербанк, Банк ВТБ, Альфа – банк [3]. К ним относят норматив достаточности капитала и нормативы ликвидности, которые отражают способность банков к бесперебойной выдаче наличных средств и покрытию финансовых обязательств юридических и физических лиц в сложных санкционных условиях.

Таблица 1 – Динамика нормативов трех банков с 2022 по 2023 гг.

Нормативы	Банк ВТБ		Сбербанк		Альфа – банк	
	2022	01.10.2023	2022	01.10.2023	2022	01.10.2023
Норматив достаточности базового капитала Н1.1	6,987	6,02	12,9	10,20	11,002	9,3
Норматив достаточности основного капитала Н1.2	9,548	8,62	13,3	10,6	12,127	10,57
Норматив достаточности собственных средств Н1.0	10,934	9,23	14,7	13	14,071	12,74
Норматив мгновенной ликвидности Н2	51,860	42,86	73	53,20	52,093	87,21
Норматив текущей ликвидности Н3	69,958	72,05	91,5	92,30	94,112	85,5
Норматив долгосрочной ликвидности Н4	68,552	69,22	68,6	77,30	55,345	68,36

Источник: составлено на основе [4,5,6].

В рассматриваемый период:

1. Нормативы достаточности базового и основного капитала у трех банков находятся в нормальном состоянии, так как они превышают пороговое значение (не менее 4,5% и не менее 6% соответственно). Но если рассматривать данные показатели в динамике, то можно увидеть, что их значения в 2023 году по сравнению с 2022 годом снизились: у банка ВТБ на 14% и на 10%, у Сбербанка на 21% и на 20%, у Альфа – банка на 15% и на 13%. Это означает, что при ухудшении ситуации банки не смогут покрыть свои кредитные риски из-за недостаточности базового капитала.

2. Минимальное значение норматива достаточности собственных средств составляет 8%. Исследуемые банки данное значение превышают, что говорит о достаточной степени надежности банков с точки зрения исполнения минимальных требований по величине капитала, необходимой для покрытия кредитных и рыночных рисков. Но присутствует тенденция к снижению фактического значения показателя.

3. Норматив мгновенной ликвидности показывает вероятность потери ликвидности в течение одного дня и его минимальное значение составляет 15%. Все три банка по нормативу превышают данный порог. Это показывает, что они способны в случае критической ситуации незамедлительно погасить свои обязательства. Если рассматривать в динамике, то только Альфа – банк имеет положительную динамику по данному нормативу. Его показатель возрос на 67%.

4. Норматив текущей ликвидности банка должен превышать 50%. Альфа – банк и Сбербанк имеют почти 100% значение, что говорит о низком риске потери их ликвидности в течение 30 дней. Норматив банка ВТБ также находится в пределах минимума, его значение в 2023 году возросло на 3%.

5. По нормативу долгосрочной ликвидности, у которого максимальное значение составляет 120%, все банки находятся в нормальном состоянии. Это свидетельствует о том, что они имеют низкий риск потери ликвидности в результате размещения средств в долгосрочные активы. При этом, в исследуемом периоде у кредитных организаций просматривается динамика к увеличению значения данного показателя: у банка ВТБ показатель возрос на 0,97%, у Сбербанка на 13%, у Альфа – банка на 24%. Это может говорить о возникновении в будущем потенциального риска потери ликвидности у банков при ухудшении ситуации.

Таким образом, банки сохранили свою финансовую устойчивость и смогли быстро адаптироваться и наладить эффективную работу в новых непростых условиях. Регулятором их деятельности выступил Банк России, который способствовал развитию финансовых отношений через такие цифровые платформы как, цифровой рубль, система быстрых платежей (СБП), система передачи финансовых сообщений (СПФС), «Знай своего клиента» и пр.

Также сами кредитные организации продумывают новые способы, которые могут помочь справиться с последствиями от введенных санкций. Они могут быть связаны с переориентацией на внутренний рынок. Банки концентрируются на внутренних пользователях, предоставляя им улучшенные и качественные услуги.

Поиск альтернативных источников финансирования банков может быть связан со странами Ближнего Востока и Восточной Азии. Но в данном направлении нужно осуществлять непрерывный мониторинг, так как ситуация на мировой арене меняется каждый день. Например, 8 февраля 2024 года три крупнейших банка Китая приостановили расчеты с Россией из-за возникновения риска, связанного с развитием американо-китайского торгового баланса [1].

В условиях санкций наблюдается своеобразная миграция клиентов банков. Предприятия при повышении риска введения санкций для сохранения возможности внешнеэкономической деятельности, могут принять решение об открытии счетов в других банках, сокращая потоки платежей и объем привлекаемых средств банков [7].

В целом можно сказать о том, что санкции серьезно повлияли на банковский сектор РФ. Но связано это не с потерей его финансовой устойчивости, а с изменением рабочих процессов, которые было необходимо срочно адаптировать к изменившимся условиям на международном финансовом рынке. Благодаря тому, что банки заблаговременно смогли разработать план стратегических мер по обеспечению бесперебойного функционирования их деятельности в условиях санкций, основные задачи по сохранению сбережений и кредитованию экономики были выполнены.

Литература и источники

1. Архив. Санкции и ограничения против России [Электронный ресурс] / ЭПС «Система ГАРАНТ» [сайт]. URL:<https://base.garant.ru/57750634/#friends> (дата обращения: 10.03.2024).
2. Трафик российского аналога SWIFT вырос более чем втрое [Электронный ресурс] / РИА НОВОСТИ[сайт]. URL:<https://ria.ru/20230329/trafik-1861664437.html?ysclid=ltft2vkfkx262858727> (дата обращения: 05.03.2024)
3. Инструкция Банка России от 29 ноября 2019 г. № 199-И «Об обязательных нормативах и надбавках к нормативам достаточности капитала банков с универсальной лицензией» [Электронный ресурс] / ЭПС «Система ГАРАНТ» [сайт]. URL:<https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/73263119/?ysclid=ltfdqlryzr142504250> (дата обращения: 04.03.2024).
4. Годовая финансовая отчетность АО «АЛЬФА-БАНК» [Электронный ресурс] /Официальный сайт Банка России [сайт]. – URL:https://cbr.ru/banking_sector/credit/coinfo/?id=450000036 (дата обращения: 04.03.2024).
5. Годовая финансовая отчетность банка ВТБ (ПАО) [Электронный ресурс] / Официальный сайт Банка России [сайт]. URL:https://cbr.ru/banking_sector/credit/coinfo/?id=350000008(дата обращения: 04.03.2024).
6. Годовая финансовая отчетность ПАО «Сбербанк России» [Электронный ресурс] / Официальный сайт Банка России [сайт]. URL:https://cbr.ru/banking_sector/credit/coinfo/?id=350000004 (дата обращения: 04.03.2024).
7. Казанцева, Е. Г. Стратегические направления деятельности служб экономической безопасности предприятий в период нестабильности (статья) // Теория и практика стратегирования: Сборник избранных научных статей и материалов VI Международной научно-практической конференции, Кемерово-Мариинск-Киселевск-Прокопьевск-Гурьевск-Новокузнецк-Москва, 19–21 марта 2023 года / Под научной редакцией В.Л. Квинта. Кемерово: ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», 2023. – С. 204-210.

Научный руководитель – докт. экон. наук, доц. Казанцева Е.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 338.1

КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ И ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ

Посвенчук А.А.

Белорусский национальный технический университет
anastasiaposvenchukw@gmail.com

***Аннотация.** Проведение модернизации на промышленных мероприятиях представляет собой внедрение технологически-новых решений (или переход на следующий технологический уклад), целью которых является повышение рентабельности и эффективности производства. Если рассматривать модернизацию как задачу, необходимо учитывать, что у каждого типа задач есть несколько подходов к решению, и, для каждой региональной промышленной модернизации требуется собственный, в данной работе рассмотрим в качестве объекта исследования промышленность Республики Беларусь.*

***Ключевые слова:** модернизация, промышленное предприятие, культурная матрица, промышленная политика.*

Главным субъектом модернизации промышленности является государство, все инструменты и рычаги которого объединяет промышленная политика. Учёные выделяют эндогенные и экзогенные факторы, обуславливающие развитие, эволюцию и существования промышленной политики Республики Беларусь. «Под экзогенными факторами понимаются такие социальные и экономические процессы, которые, во-первых, являясь внешними по отношению к промышленной политике, в тоже время непосредственно связаны с последней, и, во-вторых, реально определяют изменение и реализацию промышленной политики. В свою очередь, под эндогенными факторами, определяющими промышленную политику, понимаются социальные и экономические факторы внутреннего по отношению к промышленной политике происхождения» [1, с. 36]. Как утверждают учёные, кроме экзогенных и эндогенных факторов, влияющих на промышленную политику государства, существует определенная специфика развития каждого государственно-общественного устройства: «Еще 200 лет назад известные немецкие мыслители Адам Мюллер и Фридрих Лист утверждали, что не существует каких-то всеобщих и неизменных абстрактных законов развития общества, поскольку каждое общество специфично по своему происхождению, становлению, эволюции. Поэтому необходимо изучать экономику не как абстракцию, а как экономику конкретной страны в различные исторические периоды. Согласно их воззрениям, экономика каждой страны развивается по своим собственным законам, которые связаны с ее историей, географическими условиями, национально-культурными традициями и даже чертами национального характера» [3, с. 82]. Рассмотрим настоящий историко-политический контекст становления Республики Беларусь.

Начало белорусской государственности зародил развал Советского союза. Дальнейший социально-культурный, производственно-технологический, а также цивилизационно-идеологический процесс становления основывался на тотальной зависимости от Российской Федерации. Дешевые российские энергоносители и минерально-сырьевые ресурсы обусловили дальнейшее существование Республики Беларусь на мировой арене промышленности. Точка белорусской бифуркации на мировой арене на тот момент (1990-е) выглядит следующим образом: передатчиком богатства минерально-сырьевых ресурсов, их преобразованием, фасовкой («Неслучайно БССР называли “сборочным цехом СССР”») [2, с.9]) в западные страны, которые преобразуют в товары с высокой добавленной стоимостью занимается субъект данного исследования.

В 2023 году глобальное устройство кардинально сломлено, что объективно повлияло на производственно-экономические отношения между странами. Следовательно, в настоящем нестабильном состоянии геополитического устройства торгово-производственных отношений белорусскому промышленному предприятию следует опираться на особенности идеологической системы в поисках национальной формулы эффективного производства.

Под особенностями идеологической системы понимаем социокультурные и идеологические факторы гражданского общества Беларуси, оформленные в поведенческую матрицу. Актуализация вопроса влияния социокультурных факторов на механизмы социально-экономического развития связана с новоприбывшей волной глобальных кризисов, причём каждая новая волна захлестывает с еще большей силой, чем предыдущие. Для определения закономерностей экономического поведения гражданского общества республики Беларусь выделим некоторые понятия, касающиеся культурной идентичности, национального характера и архетипа белорусов. Для объединения последних определений будем использовать «Культурную матрицу» как конструкт «национальных, религиозных, культурно-бытовых, воспитательных и семейных традиций, установившегося правового обычая и общепризнанных духовно-нравственных ценностей» [4, с. 84], обособленный рамками определенного региона и функционирующий во взаимосвязи с государственным законодательством, где последнее часто формируется под влиянием данного конструкта. Для объяснения мотивации экономических поступков граждан, входящих в белорусскую культурную матрицу, будем использовать термин поведенческая экономика, а именно как

«область экономической науки, которая изучает влияние социальных, когнитивных и эмоциональных факторов на принятие экономических решений и поведение людей» [5, с. 820].

Исследование поведенческой экономики посредством культурной матрицы проводилось еще в трудах классиков: А. Смита, К. Маркса, М. Вебера, на данный момент времени изучается и современными учёными, представляющими европейские и американские научные школы, например, Р.Талер, представитель американской школы, в своей книге, затрагивает данный аспект «Теорией подталкивания», данную патерналистскую модель можно свести к практическому набору действий, согласно которому «человека можно “мягко подтолкнуть” к нужному решению, основываясь на ограничении информации/манипуляции его эмоциональным состоянием» [6, с. 82].

Прежде всего, определим характеристики культурной матрицы Беларуси К. В. Рудый выделяя основные характеристики поведенческой экономики Беларуси акцентируется на политическом базисе, и под данными характеристиками имеет ввиду «двоемыслие, ориентацию на советское прошлое и патернализм» [5, с. 36]. Раскрывая данные понятия, экс-начальник Главного экономического управления Администрации Президента Республики Беларусь (вышеупомянутый Кирилл Валентинович Рудый), раскрывает данные понятия с проекцией на экономику и экономическое поведение белорусского общества. «Дуализм выражается в сосуществовании административных и рыночных отношений, непоследовательности экономических преобразований, противоречивости форм собственности и систем управления, совмещении показной лояльности и преследования личных интересов, что ведет к росту теневой экономики. Ориентация на советское прошлое поддерживает экономическую пассивность, склонность к потреблению, а не сбережению и инвестированию, сдерживает приватизацию государственных (“народных”) предприятий, сохраняет мобилизационную систему управления экономикой, увеличивает долговую нагрузку. Патернализм функционирует циклически от авторитаризма до дирижизма, подкрепляется поиском страны-опоры и идеализацией роли личности. В целом, в условиях старения населения, неразвитости общественных и рыночных противовесов патернализму культурная матрица Беларуси препятствует долгосрочному экономическому росту» [5, с. 36]. Данные характеристики безусловно соотносятся с современным белорусским обществом, однако, по нашему мнению, такой аспект как межличностное доверие играет наибольшую роль. «Экономика будет производить больше, если агенты разделяют общие ценности, знания и доверяют друг другу. Обратное также верно: при неизменных институциональных возможностях вложения в физический и человеческий капитал увеличивают выпуск» [7, с.16]. Следует заметить, что «в нашей стране уже накоплен значительный социальный потенциал (за счет проводимой социальной политики) и существует позитивный опыт его капитализации» [7, с. 32].

Таким образом, рассмотрев белорусское предприятие в качестве объекта исследования, его историко-социальное становление, а также определив культурную матрицу, как ключевое звено поведенческого развития экономики, пришли к выводу, что характер проблем модернизационных процессов структурной политики генерирует культурная матрица. Ключевые социально-культурные особенности, формирующие инертность и застойность трансформационных стимулов в Республике Беларусь, являются: дуализм политической идеологии, патернализм, идеализация промышленности советского прошлого.

Литература и источники

1. Гурский, В. Л. Эндогенные факторы, обуславливающие развитие промышленной политики Беларуси в современных условиях /В. Л. Гурский //Экономическая наука сегодня. – 2015. – №. 3. – С. 35-42.
2. Гронский, А. Д. Развитие и модернизация Белоруссии /А. Д. Гронский //Современные проблемы развития. – 2022. – С. 311-317.

3. Шебеко, К.К. Институциональные ловушки и модернизация белорусской экономики / К. К. Шебеко // Экономика и банки. 2013. №2. С. 77-87
4. Воденко, К. В. Ценностно-культурная матрица: теоретический конструкт и социальная реальность / К. В. Воденко, Д. Л. Овчаренко, Е. В. Стукалова // Гуманитарий Юга России. 2017. №6. С.82-88.
5. Рудый, К. В. Поведенческая экономика: основные характеристики в Беларуси / К. В. Рудый // Мировая экономика и международные отношения. – 2018. – Т. 62. – № 6. – С. 36-44.
6. Талер, Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. / Р. Талер // – Litres, 2017. С. 455.
7. Солодовников, С. Ю. Социальный капитал как фактор экономического роста // С. Ю. Солодовников // Экономика и банки. – 2015. – №1. – С.32-41.

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Солодовников С.Ю., Белорусский национальный технический университет.

УДК 339.5

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БЕЛАРУСИ С АЗИЕЙ

Рафалович Я.А.

Полесский государственный университет
@rafalovich359@gmail.com

Аннотация. Одним из ключевых аспектов многовекторной внешней политики Беларуси является развитие сотрудничества с Азией. Азиатский регион признается приоритетным для Республики Беларусь, прежде всего, как перспективный и быстро развивающийся рынок для белорусских товаров и услуг, а также как потенциальный источник инвестиций в экономику страны. В данной статье рассматривается развитие торгово-экономического взаимодействия Республики Беларусь с азиатскими странами, основные партнёры и перспективные направления данного сотрудничества.

Ключевые слова: внешнеторговое сотрудничество, экспорт, импорт, товарооборот, сальдо торгового баланса, Азия, Республика Беларусь.

В последние десятилетия наблюдается активное развитие торгово-экономических связей между странами, что обусловлено глобализацией мировой экономики и усилением международной интеграции. Республика Беларусь как европейская страна с переходной экономикой не является исключением и активно сотрудничает с различными странами мира, в том числе с азиатскими.

Торговые отношения между Республикой Беларусь и азиатскими странами зародились в 1990-х годах после обретения Беларусью независимости. Изначально торговля была незначительной, Азия рассматривалась как вспомогательный элемент для белорусской внешней торговли. Однако с укреплением экономических связей и развитием транспортной инфраструктуры её роль стала расти.

Осложнение отношений Республики Беларусь с «коллективным западом» в конце 1996 года стали толчком в развитии торгово-экономического взаимодействия с азиатскими странами. Это было связано как с поиском новых рынков сбыта для белорусской продукции, так и с геополитическими соображениями.

В период с 1995 по 2000 год объем торговли между Республикой Беларусь и странами Азии возрос с 563 млн. долл. до 841,9 млн. долл. Важно отметить, что в это время Беларусь

экспортировала больше товаров в страны Азии, чем импортировала из них. Однако доля азиатских стран в совокупном объёме экспортно-импортных операциях Беларуси к концу 1990-х годов составляла всего 5,5%. Это свидетельствует о том, что несмотря на рост объема торговли, активность в азиатском направлении была ограничена, это связано с тем, что Беларусь предпочла углубить интеграцию с Российской Федерацией, вместо реализации потенциала на азиатском рынке.

С 2005 года начался новый этап в развитии отношений Республики Беларусь с Азией. Беларусь стала активно налаживать торговые отношения с Китаем и в декабре 2005 года их отношения приобрели статус «всестороннего развития и стратегическое сотрудничество», что свидетельствовало о глубокой заинтересованности обеих стран в расширении сотрудничества в области политики, торговли и научно-технической сферы [1]. С 2005 года доля Китая в внешнеторговом обороте Республики Беларусь стала увеличиваться. Годовой объём белорусско-китайской торговли в 2005 году составил – 952,3 тысячи долларов, в 2010 году – 2 159,9 миллионов долларов, в 2015 году – 3 182,2 миллиона долларов, а в 2020 году Китай стал вторым торговым партнёром Республики Беларусь с торговым оборотом в 4 457,1 миллиона долларов [2].

Позитивные изменения в развитии торговых отношений наблюдались и с другими азиатскими странами. Президент Республики Беларусь, а также члены белорусского правительства и парламента посещали различные азиатские страны, устанавливая дружественные и деловые связи. К 2010 году азиатский вектор внешней политики Республики Беларусь практически сложился, он нашел отражение в ключевых документах государства. Подписанные соглашения позволили определить ключевые интересы Беларуси в данном регионе и выделить конкретные направления сотрудничества, с основным уклоном на экономическое взаимодействие.

Товарооборот Республики Беларусь с азиатскими странами за последние десять лет увеличился более чем в 2,5 раза, как и доля азиатских стран в внешнеторговом обороте Беларуси. Однако данный рост в основном обусловлен импортом из азиатских стран в Республику Беларусь (табл. 1).

Таблица 1 – Внешняя торговля Республики Беларусь со странами Азии

Показатели	Годы									
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Экспорт, млн долл.	2,224	2,352	1,860	1,947	2,265	2,550	2,558	3,051	2,508	3,148
Доля в экспорте РБ, %	6,1	8,8	7,9	6,8	6,7	7,8	9,1	7,7	6,5	7,8
Импорт, млн долл.	1,785	1,457	1,597	1,920	5,094	5,668	5,365	5,903	5,450	7,117
Доля в импорте РБ, %	4,4	4,8	5,7	6,1	14,1	15,5	17,7	14,8	14,1	16,5

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2],[3].

Доля Азии в экспорте Беларуси выросла в 1,4 раза, увеличившись с 2014 года на 924 тыс. долл. Рассматривая динамику экспорта можно заметить тенденцию к росту в данное десятилетие, однако наблюдаются и кризисные явления в 2016 и 2022 гг. в структуре белорусского экспорта в Азию. Сокращение экспорта в 2016 г. на 492 тыс. долл, было связано с Российским финансовым кризисом 2014-2016 гг. который оказал значительное влияние на белорусскую экономику. В 2022 г. сокращение экспорта происходит из-за так называемого «шока от усиления санкционного давления» со стороны Запада. В настоящее время Республика Беларусь старается установить новые и усилить старые торговые отношения со странами Азии.

В белорусском импорте из стран Азии также, как и в экспорте наблюдается рост, с 1,785 млн долл. в 2014 г. он увеличился до 7,117 млн долл. в 2023 г. Значительный скачок роста

импорта произошел в 2018 г., по сравнению с предыдущим годом он вырос на 3,174 млн долл., данный скачок произошел из-за налаживания поставок мясной и молочной продукции в Китай. Затем несколько сократился в 2020 г. и 2022г., и достигнул своего пика в 2023 г. в связи с прекращением торговых отношений с западными странами из-за санкционного деления с их стороны и заменой их азиатскими.

Одним из ключевых факторов, оказывающих значительное влияние на объемы внешней торговли Азии и Республики Беларусь, являются политические и экономические противостояния между Российской Федерацией, Республикой Беларусь и странами Западной коалиции (США и Европейский Союз), а также зависимость Республики Беларусь от экономической ситуации в Российской Федерации и последствия пандемии COVID-19.

Также стоит отметить, что импорт значительно превышает экспорт последние 5 лет, что приводит к отрицательному сальдо торгового баланса и является неблагоприятной тенденцией для белорусской экономики. Одними из причин сохранения отрицательного сальдо торгового баланса Беларуси с азиатскими странами является высокая зависимость от азиатского импорта, в связи технологическим отставанием страны, ценовой конкурентоспособностью азиатских товаров и т.д.

Главными торговыми партнерами в азиатском регионе как по объёмам экспорта, так и импорта в последнее десятилетие остаются Китай, Турция и Индия, их доля в белорусском экспорте в Азию в 2023 г. составила 12,3% увеличившись за данное десятилетие на 5%. Доля импорта перечисленных стран также возросла с 16,4% до 37,4% за 2014-2023 гг. На протяжении данного периода основным рынком сбыта белорусской продукции и поставщиком на белорусский рынок выступал Китай.

Китай является стратегическим партнером Республики Беларусь, его доля в белорусском экспорте в 2023 г. составила 2,1%, а импорта 11,6%. При этом в 2023 году начались переговоры между Республикой Беларусь и Китайской Республикой о создании зоны свободной торговли, что является важным шагом для упрощения экспорта товаров из Беларуси на азиатские рынки.

Турция занимает второе место по размерам товарооборота среди азиатских стран. С 2014-2023 года белорусский экспорт в Турцию вырос с 165,6 млн долл. до 370,5 млн долл., а импорт на 403,8 млн. долл., в 2,2 раза по сравнению с 2014 годом. Турция занимает второе место после Китая среди азиатских стран как инвестиционный партнер Беларуси. Уже к началу 2021 года было зарегистрировано более 130 субъектов хозяйствования с турецким капиталом, а общий объем турецких инвестиций в экономику страны достиг 61,7 миллиона долларов. Кроме того, Турция является одним из популярных направлений для белорусских туристов и самым популярным местом их отдыха в Азии, благодаря безвизовому режиму, который начал действовать с 2014 года [4, с.87].

Индия занимает 3-е место среди азиатских партнеров. Объем белорусско-индийского товарооборота в 2023 г. достиг 585,3 млн долл., импортные операции с 2014 по 2023 гг. увеличились на 17,8 млн долл., а экспортные на 172,4 млн долл. В торговле с Индией Беларусь сохраняет положительное торговое сальдо, объем которого в 2023 г. составил 230 млн долл.

Развитие отношений между Беларусью и Индией происходит в различных направлениях, таких как торгово-экономическое, инвестиционное, промышленное и научное сотрудничество. Приоритетными областями являются производственная кооперация и совместные проекты в сфере новых технологий, фармацевтики и машиностроения. В марте 2020 г. в Нью-Дели состоялся первый Белорусско-индийский инвестиционный форум с участием представителей 9 белорусских и более 70 индийских компаний и организаций. В этом же году были созданы совместные рабочие группы по сотрудничеству в текстильной промышленности, фармацевтике, торговле и инвестициям [4, с.89]. Экономическое сотрудничество подкрепляется положительными двусторонними отношениями в политической сфере.

В заключение стоит сказать, что Республика Беларусь продолжает активно расширять свой экспортный и инвестиционный потенциал, устанавливая новые профессиональные контакты с представителями азиатских стран. Торгово-экономические отношения Беларуси с Азией активно развиваются, особенно с Китаем, Турцией и Индией. Однако на данном этапе значение азиатского рынка для внешней торговли Беларуси превосходит её вес на этом рынке. Для улучшения торговых отношений с азиатскими странами необходимо акцентировать внимание на разнообразии товарной структуры в торговле, облегчении доступа к товарам и усилении инфраструктуры поддержки белорусского экспорта в азиатском регионе.

Литература и источники

1. Лазоркина, О.И. Азиатский вектор внешней политики республики Беларусь, / О. И. Лазоркина. – М.: Ин-т науч. инфо. по общест. наук, 2019. – с. 202-205.
2. Внешняя торговля Республики Беларусь, 2022. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2022. – с. 29.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 28.04.2024.
4. Тихомиров, А. В. Евразийский компонент во внешней политике Республики Беларусь в 1991-2021 гг., / А. В. Тихомиров. – Вестник РУДН, 2022. Т. 22, № 1. с. 77–93.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Паршутич О.А., Полесский государственный университет

УДК 378.14:004.8

ИИ В ОБРАЗОВАНИИ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Ращук Е.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
ymazakimary@gmail.com

***Аннотация.** В условиях четвертой промышленной революции образования связаны с активным внедрением цифровых технологий в учебный процесс. Университеты сталкиваются с новыми вызовами, один из них – искусственный интеллект, который несет с собой огромный пласт задач, требующих оперативного решения.*

***Ключевые слова:** искусственный интеллект, образование, нейросеть, ChatGPT.*

В современных реалиях искусственный интеллект уже имеет огромное значение в промышленности, медицине, машиностроении, банковских услугах, а теперь он начал проникать в образование и вносить в него свои коррективы. Изменения, происходящие в сфере образования, зависят от целого ряда аспектов, рассмотрим влияние такого фактора, как технологические инновации.

Радикально новый этап развития образования коррелирует с применением технологий искусственного интеллекта [3]. Традиционно под искусственным интеллектом понимается свойство интеллектуальных машин и компьютерных программ осуществлять творческую деятельность, которую принято считать исключительной прерогативой человека [1].

Можно выделить следующие положительные стороны от применения искусственного интеллекта в сфере образования:

- совершенствование систем планирования и управления образовательными ресурсами, а также формирование целостных образовательных программ на разных уровнях - от местного до международного;

- гибридные интеграционные платформы как набор программных продуктов, позволяющих пользователям создавать, защищать и управлять интеграционными потоками, связывающими сервисы и хранилища данных, благодаря переходу приложений из бизнеса в образовательную среду способствуют гибриднему распространению облачных систем в учебном пространстве;

- сохранение огромное разнообразия и вариативности форматов, методов и приемов, используемых в учебном процессе, для ориентации на которые во многом учитываются склонности, степень подготовки и развития определенных навыков студентов. Вариативность в процессе обучения предоставляет возможность выбора образовательных услуг для студента как реального потребителя, и каждая образовательная организация определяет свой путь развития; [4].

- помощь в эффективном распределении ресурсов преподавателя. Нейросеть может взять на себя часть рутинных задач, тем самым предоставляя человеку возможность уделять больше времени его профессиональному развитию.

Анализируя все вышеперечисленные преимущества, нельзя не отметить, что грамотное использование искусственного интеллекта способствует повышению эффективности образовательного процесса в условиях цифровой глобализации. Также стоит отметить, что умение задавать нейросети грамотные запросы значительно сокращает время на поиск информации,

Но также у использования нейросети есть существенные недостатки:

- недостоверность информации. Искусственный интеллект несовершенен и может совершать ошибки.

- отсутствие необходимых знаний и умений у учащегося. Студенты, использующие искусственный интеллект при решении заданий, могут перестать развивать навыки критического мышления, которые будут необходимы им в жизни.

- этические споры. Применение искусственного интеллекта поднимает вопрос об нарушении авторских прав и ответственности за проделанную работу. А также будет происходить обесценивание человеческого капитала, которое выражается в замене специалистов с высокой квалификацией на компьютерные технологии, что лишает значимости вклад людей в образование.

Влияние искусственного интеллекта, или если быть точнее технологии ChatGPT, на высшее образование сразу же вызвало споры. Существуют и другие нейросети, такие как нейросеть Алиса от Яндекса и GigaChat от Сбербанка. Они являются отличными аналогами ChatGPT, однако в данной статье мы будем рассматривать именно его.

Даже несмотря на то, что использовании ChatGPT получило широкое распространение, многие университеты уже запретили ее, опасаясь плагиата и недобросовестно выполненных работ. Стоит отметить, что это может вызвать серьезные проблемы в области предметов, которые в основном зависят от написания письменных работ или запоминания информации для сдачи экзаменов и тестов.

В России зафиксирован случай, когда студент написал дипломную работу с помощью ChatGPT. Хоть он и не получил за нее невысокую оценку, но уникальность текста была выше нормы, а написание самой работы ушло меньше суток. Сам же университет решил не аннулировать работу, но предложил ограничить доступ к ChatGPT в образовательных организациях. Но стоит отметить, что использование нейросети при написании дипломной, курсовой или любой другой работы теряет научную и интеллектуальную собственность. Написание работы должно производиться самим учащимся, который, в свою очередь, будет использовать все знания, которые он приобрел за период своего обучения в университете.

При этическом использовании и с учётом необходимости наращивания индивидуального и институционального потенциала ChatGPT может помочь вузам обеспечить студентам более персонализированный и подходящий образовательный опыт, сделать административные процессы более эффективными, а также способствовать развитию научно-исследовательской работы и вовлечению социума. Хотя некоторые государства и вузы заблокировали ChatGPT, большинство правительств и вузов ищут способы приспособиться к миру, в котором ИИ становится всё более распространённым, доступным и простым в использовании. В этом смысле ChatGPT вполне можно использовать, но это требует осторожности и творческого подхода, чтобы обеспечить этическое и надлежащее обращение с ним. [2].

Также можно отметить, что многие университеты уже начинают внедрять искусственный интеллект в процесс обучения. Так, в Уральском государственном экономическом университете создана лаборатория, в которой можно проводить химические опыты с помощью очков виртуальной реальности. Это выгодно, ведь не нужно тратить на дорогостоящее оборудование. Данная технология уже применяется в УГГУ рамках программы "экспертиза и аудит промышленной и пожарной безопасности". Студенты могут изучать устройство машин и проводить диагностику. Внедрение данных технологий в процесс обучения открывает огромный потенциал для развития образовательной сферы.

Поскольку искусственный интеллект внедрен уже во все сферы жизни, а институту образования нужно идти в ногу со временем, мы предлагаем рассматривать использование нейросети в целях улучшения образовательного процесса и помощника в эффективном распределении ресурсов. Также использование нейросети в образовательных целях открывает новые возможности для обучения, может сделать его более интересным и продуктивным. Однако использование искусственного интеллекта в процессе написания различного рода учебных работ остается темой для дискуссий, так как этическая сторона вопроса остается неоднозначной, также это нарушает принцип академической честности, ставит под сомнение авторство учащегося и степень его ответственности за работу.

Литература и источники

1. Полысалов, Г. Ю. Искусственный интеллект в образовании / Г. Ю. Полысалов // Материалы XII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум 2022». – 2020. – № 2. – С. 38-40
2. Сабзалиева Э., Валентини А. ChatGPT и искусственный интеллект в высшем образовании Краткое руководство [Электронный ресурс]. – URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385146_rus (дата обращения 17.04.2024).
3. Сибирякова, Ю. В. Использование технологий искусственного интеллекта в сфере образования: риски и перспективные направления / Ю. В. Сибирякова // Экспертные институты в XXI веке: принципы, технологии, культура : Сборник научных трудов / Научный редактор Т. И. Грабельных. – Иркутск : Иркутский государственный университет, 2022. – С. 211-214;
4. Хабибуллин, И. Р. Актуальность использования нейросетей в образовательных целях / И. Р. Хабибуллин, О. В. Азовцева, А. Д. Гареев. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2023. – № 13 (460). – С. 176-178. – URL: <https://moluch.ru/archive/460/101127/> (дата обращения: 17.04.24).

Научный руководитель – канд. экон. наук., доц. Секлецова О.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 336.741.24

ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВОГО РУБЛЯ В РОССИИ

Рожнева В.В.

МАОУ СОШ №36 г. Кемерово

Vitaminka20R@rambler.ru

Аннотация. В статье поднята тема внедрения цифрового рубля. Для выявления перспектив цифрового рубля в России был проведен анализ нормативно-правовой базы обеспечения цифрового рубля, рассмотрены возможности платформы цифрового рубля, выявлены и опровергнуты ошибочные суждения о цифровом рубле.

Ключевые слова: цифровой рубль, цифровая валюта, платформа цифрового рубля, разработка цифрового рубля, использование цифрового рубля.

Цифровой рубль – новая электронная форма российской валюты, выпускающаяся в качестве альтернативы наличным и безналичным деньгам. В августе 2023 года в стране начался тестовый запуск цифрового рубля. Поэтому тема исследования «Перспективы цифрового рубля в РФ» выбрана не случайно.

Цель исследования: выяснение перспектив цифрового рубля в Российской Федерации. Мы ставили перед собой следующие задачи:

- 1) Изучить историю возникновения и развития денежных средств.
- 2) Изучить нормативно-правовую базу обеспечения запуска цифрового рубля.
- 3) Изучить платформу цифрового рубля.
- 4) Выявить возможные транзакции с цифровым рублем.
- 5) Изучить стереотипы о цифровом рубле, подтвердить или опровергнуть их.

Свое начало история денежных средств берет с тех времен, когда между людьми начали зарождаться первые товарные отношения. Первые металлические деньги, чеканные монеты, появились в VII веке до нашей эры.

В 910 в Китае появились первые бумажные деньги. Изначально они не являлись средством оплаты, а лишь обменивались на монеты. В России бумажные деньги – ассигнации появились при Екатерине II в 1768 году. Они представляли собой купюры номиналом 25, 50, 75 и 100 рублей [1].

Прототип современного рубля зародился в Советском Союзе, когда путем проведения денежных реформ были выбраны материалы и ценность нового рубля, составлен единый формат и выбран единый дизайн [2] [3]. Развитие безналичной системы оплаты в России приходится на первое десятилетие XXI века. Оно началось с зарплатных проектов, в рамках которых организации стали переводить заработные платы сотрудников на специальные счета.

В декабре 2021 года началась разработка прототипа платформы цифрового рубля – третьей формы всероссийской валюты.

Основой для появления новой цифровой валюты явилось развитие платежной системы. Правовое обеспечение цифрового рубля обеспечивается нормами Гражданского кодекса РФ, в который были внесены соответствующие изменения, связанные с проектом о внедрении цифрового рубля в РФ. Внедрение ЦР планировалось по следующим этапам:

- Декабрь 2021 года — создание прототипа платформы цифрового рубля.
- 2022 год — тестирование прототипа платформы цифрового рубля и разработка дорожной карты по внедрению с учетом результатов тестирования.
- 2022 год — разработка законодательства для внедрения цифрового рубля.

• Август 2023 года — старт пилотирования операций с реальными цифровыми рублями с привлечением узкого круга клиентов 13 банков [4].

Для осуществления операций с цифровым рублем будет создана специальная платформа. Оператором данной платформы является Центральный банк РФ [5]. Как оператор Центральный Банк выполняет ряд функций: совершает операции с цифровыми рублями на платформе цифрового рубля, осуществляет контроль соблюдения правил платформы цифрового рубля, обеспечивает функционирование платформы цифрового рубля в круглосуточном режиме ежедневно.

На платформе цифрового рубля возможно совершить следующие виды операций: перевод цифровых рублей, увеличение остатка цифровых рублей путем перевода денежных средств с корреспондентских счетов и уменьшение остатка путем перевода денежных средств на корреспондентский счет [4].

О цифровом рубле существуют ложные суждения. Наиболее волнующий население вопрос: отменят ли наличные и заставят ли пользоваться только цифровыми рублями? В обороте будут находиться все три формы рубля. Замена наличного рубля цифровым может растянуться надолго. Поэтому если наличные уберут из денежного оборота, то не в ближайшее время [6].

Некоторые опасаются, что с введением в оборот цифрового рубля начнется тотальный контроль расходов и доходов населения. Однако объем информации о гражданах при совершении операций с цифровыми рублями не будет превышать объем уже доступной информации при совершении операций с безналичными рублями.

Существует и стереотип о том, что все зарплаты сотрудников бюджетных организаций и выплаты для пенсионеров будут переведены на цифровые рубли. Центральный Банк не планирует переводить все заработные платы бюджетников и пособия в цифровую валюту. На данный момент каждый гражданин сам выбирает, в какой форме получать выплаты: наличной или безналичной. Этот же выбор сохранится с введением цифрового рубля.

Большое количество граждан не понимает разницы между цифровым рублем и криптовалютой. Однако это потенциально разные вещи. Криптовалюта ничем не обеспечена, не имеет единого центра, который занимался бы ее эмиссией. Цифровой рубль же находится под контролем Банка России. Банк занимается эмиссией цифрового рубля и обеспечивает безопасность его использования [4] [7].

Разработка и внедрение цифрового рубля является важным шагом в развитии денежной системы в России. Цифровой рубль обеспечит более безопасные транзакции, снизит издержки и усилит контроль честности и прозрачности финансовых операций.

Литература и источники

1. История денег, возникновение и развитие денег, история денег России // <https://www.sravni.ru/enciklopediya/info/dengi-istorija-deneg/> (дата обращения: 19.09.23)
2. Эволюционная теория происхождения денег – История российских денег и денежные реформы // [Электронный ресурс]. – URL: <https://studwood.net/1520927/ekonomika/evolyutsionnaya-teoriya-proishozhdeniya-deneg> (дата обращения: 22.09.23)
3. Денежная реформа 1961 года в СССР // [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20160101/1350516957.html> (дата обращения: 22.09.23)
4. Цифровой рубль | Банк России // [Электронный ресурс]. – URL: <https://cbr.ru/fintech/dr/> (дата обращения: 17.10.23)
5. Русакова, Г. Что такое цифровой рубль — Как будет работать цифровой рубль — Онлайн-журнал банка Точка/ Г. Русакова // [Электронный ресурс]. – URL: <https://allo.tochka.com/cifrovoy-rubl> (дата обращения: 12.12.23)

6. Что будет с наличкой после введения цифрового рубля – Рамблер/финансы// [Электронный ресурс]. – URL:<https://finance.rambler.ru/markets/46729554-cto-budet-s-nalichkoy-posle-vvedeniya-tsifrovogo-rublya/> (дата обращения: 01.12.23)

7. Федеральный закон от 24.07.2023 № 340-ФЗ Официальное опубликование правовых актов // [Электронный ресурс]. –URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202307240024?index=3>(дата обращения: 24.10.23)

Научный руководитель – учитель экономики Унцикова Р.Т., МАОУ СОШ №36 г. Кемерово

УДК 635.21. 631.338.3

ОРГАНИЗАЦИЯ СЕЛЕКЦИИ КАРТОФЕЛЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДАГЕСТАНА

Сердеров В.К., Ханбабаев Т.Г.

Федеральный аграрный научный центр Республики Дагестан
serderov55@mail.ru, muradin1992@gmail.com

Аннотация. В статье представлены результаты исследования в области селекции условиях зональности региона и форм организации семеноводческих и товарных хозяйств в производстве картофеля. В решении задач современного картофелеводства, одним из направлений, является селекция, создание и внедрение в производство новых перспективных сортов различного целевого назначения, наиболее эффективных и доступных средств повышения урожайности и качества продукции, а также обеспечения стабильных урожаев при изменяющихся агроэкологических условиях возделывания. Цель исследования организация и управление семеноводческими и товарными хозяйствами в создании перспективных и высокоурожайных сортов картофеля, устойчивых к факторам среды и с широким диапазоном адаптивной способности произрастания.

Ключевые слова: картофель, селекция, гибриды, производство, организация, управление, эффективность, специализация.

Одним из ведущих факторов в решении задач современного картофелеводства республики является селекция, создание и внедрение в производство новых перспективных сортов различного целевого назначения. Сорт является наиболее эффективным и доступным средством повышения урожайности и качества продукции, а также обеспечения стабильных урожаев при изменяющихся агроэкологических условиях возделывания. Поэтому создание сортов картофеля, устойчивых к биотическим и абиотическим факторам среды и широким диапазоном адаптивной способности к условиям произрастания остается главной задачей всех селекционных программ [1.2.3].

Таблица 1 – Производство картофеля в Республике Дагестан

	2010	2015	2020	2021	2022	2023	2023 год к 2010 году, %
Валовое производство, тыс. тонн	295,5	351,0	357,2	356,1	356,4	356,0	120,5
Площадь посадки, тыс. га	20,9	20,8	19,1	16,8	17,6	19,0	90,9
Урожайность т/га	14,1	16,8	18,7	21,2	20,2	18,7	132,6

По данным органов статистики Дагестана (таблица 1) площадь посадок картофеля в 2023 году составила 19,0 тыс. га, валовой сбор – 356,0 тыс. тонн при урожайности 18,7 т/га. Основное производство картофеля 95% сосредоточено в ЛПХ республики, прирост валовых сборов картофеля по этому сектору значительно выше, чем в сельхозпредприятиях и КФХ.

Для развития производства картофеля в ЛПХ необходимо выделить всем желающим и имеющим на это право участки установленного размера.

В горной провинции возделывается 50% республиканского картофеля с урожайностью 5,0-5,5 т/га - Акушинский и Левашинский районы 60%, в тоже время в Лакском, Кулинском, Гунибском, Дахадаевском районах не более 10% хотя они имеют возможности расширить площади под картофелем.

Равнинная провинция, в климатическом отношении, благоприятна для выращивания раннего картофеля. Исследования и практический опыт показывает, что раннеспелые и среднеранние сорта к концу июня формируют товарный урожай в пределах 10-13 т/га.

В предгорной провинции в районах Буйнакский, Казбековский и Сергокалинский производится более 40% республиканского картофеля.

Наличие крупных массивов плодородной почвы и благоприятные условия позволяют широко применять интенсивные технологии, получать стабильные урожаи при относительно невысоких издержках.

Для организации селекции картофеля в республике имеются хорошие перспективы – благоприятные природно-климатические условия [4].

Обеспечение населения в необходимых размерах сортовым семенным картофелем для сортообновления можно возложить на ближайшие картофелеводческие хозяйства. Цены на семенной картофель, продаваемый населению, могут быть субсидированными правительством, чтобы заинтересовать хозяйства. Снабжение населения семенным картофелем может быть возложено на кооперацию семенных хозяйств и сельхозтоваропроизводителей [3,5].

Таблица 2 – Ресурсы и использование картофеля Республике Дагестан, (тысяч тонн)

	2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Уд. вес в балансе 2022г, %
Ресурсы									
Запасы на начало года	344,6	386,3	381,3	389,2	396,9	396	389,9	397,0	51,4
Производство	307	351,0	357	356,3	353,5	357,2	356,1	356,0	46,1
Ввоз	23	24,4	18,6	24	19,3	18,5	21,3	19,0	2,5
Итого ресурсов	674,6	761,7	756,9	769,5	769,7	771,7	767,3	772,0	100,0
Использование									
Производственное потребление	43,7	45,8	47,3	45,7	44,8	44,7	46,5	44,9	5,8
Потери	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	-
Вывоз	69,1	40,9	44,2	38,7	39	44,8	46,0	45,0	5,8
Личное потребление	260	294,3	276	287,5	289,7	292,1	289,2	292,0	37,8
Запасы на конец года	301,7	411,9	389,2	397,4	396	389,9	385,4	390,0	50,5

Основное производство картофеля сосредоточено в хозяйствах населения 98,7% в 2022 г. произведено 356,0 тыс. тонн или 46,1% ресурсного обеспечения, ввоз составил всего 19,0 тыс. тонн или 2,5%, а запасы с предыдущего года 397,0 тыс. тонн или 51,4 %. Всего ресурсов 772,0 тыс. тонн.

Что касается баланса продукции используется 37,8% производимой продукции, вывозится 5,8% [4].

Дагестан имеет достаточные земельные возможности и благоприятные природные условия для возделывания продовольственного и семенного картофеля в тех объемах, которые могут обеспечить свои потребности. Решение этой проблемы может быть обеспечено двумя путями. Основной путь – это рост урожайности, использование более урожайных сортов и качественного посадочного материала, внедрение необходимого комплекса агротехнологических мероприятий, что дает возможность поднять урожайность более чем на 30-40% и второй путь - это расширение площадей под данную культуру. Необходимо вовлечь в оборот заброшенную в горных условиях пашню. По географическому положению территория Дагестана делится на три почвенно-климатические провинции: равнинная, предгорная и горная. Такое многообразие условий позволяет не только увеличить, но и организовать производство картофеля таким образом, чтобы круглый год равномерно снабжать население.

Заключение. По результатам испытаний ученых ФАНЦ РД урожайность гибридов картофеля варьировала в пределах 860-1500 г/куст, а количество клубней - 10,0-18,9 шт./куст.

Из высаженных гибридов второго клубневого поколения картофеля отобраны и заложены на хранение перспективные гибриды для проведения исследований в питомнике, из этих выделенных гибридов, 10 семей с наибольшей урожайностью.

На основании полученных результатов ведется работа по созданию семеноводческих хозяйств и форм организации производства картофеля, обеспечивающих максимальную эффективность. В значительной степени эффективность определяется применяемой технологией производства, специализацией и характером кооперирования предприятий, развитием и формами агропромышленной интеграции. Организация производства картофеля внутри хозяйства может существенно различаться в зависимости от всей совокупности местных условий. Здесь она должна быть также направлена на развитие внутрихозяйственной специализации и концентрации производства, существенно углубляющих специализацию самих хозяйств. В хозяйствах с небольшими объемами производства создаются картофелеводческие звенья, самостоятельные или в составе растениеводческих бригад широкого профиля. При крупных масштабах производства более эффективными будут специализированные механизированные бригады, которые бывают двух типов. Бригада может быть единой для всего хозяйства и обслуживать только посеvy картофеля, или создаются бригады, территориально разграниченные, обслуживающие отдельные картофельные севообороты.

Возможность получения высоких результатов, в такой сложной отрасли как картофелеводство, требует совершенствования всех элементов производства и управления им. Наряду с предоставлением бригадам максимальной самостоятельности в решении оперативных вопросов организации производства, требуется повысить уровень технологического руководства отраслью.

Организация длительного хранения товарного картофеля и строительство соответствующих хранилищ необходимы только в хозяйствах, поставляющих картофель потребителю в течение значительной части зимнего периода.

Чтобы иметь возможность получать картофель от населения для пополнения ресурсов, прежде всего необходимо обеспечить бесперебойные поставки. Производители могли бы поставлять их по договорам, по мере необходимости из своих запасов. Затраты на хранение можно покрывать за счет дифференцированных по сезонам цен. Привлечение ресурсов населения позволяет наиболее экономичным путем решить проблему снабжения картофелем.

С 2024 года начинает действовать федеральная программа по стимулированию производства овощеводства и картофелеводства.

Литература и источники

1. Анисимов, Б. В. Сорты картофеля, возделываемые в Российской Федерации / Б. В. Анисимов, С. М. Мусин, Л. Н. Трофимец. Каталог. М. – 1993. – 112 с.
2. Даудов, М. Д. Урожайность и хозяйственно-ценные качества новых перспективных сортов картофеля в Дагестане / М. Д. Даудов, В. К. Сердеров // Проблемы развития АПК региона. – 2020. – № 1(41). – С. 45-48.
3. Ханбабаев, Т.Г. Научно - инновационные и технологические основы модернизации горного сельского хозяйства РД (монография) / Т. Г. Ханбабаев. – 2016. – С. 27-43.
4. Статистический ежегодник Госкомстат РД. Сельское, лесное хозяйство, рыболовство и рыбоводство. Махачкала. – 2023. – С. 164.
5. Велибекова, Л. А. Продовольственная безопасность Республики Дагестан: основные направления обеспечения / Л. А. Велибекова, Т. Г. Ханбабаев, М-Р. А. Казиев. //Аграрная наука. – 2023. – №1. – С. 95-103.

УДК 338.24.01

ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Стасенкова А.Т.

Белорусский национальный технический университет
stasenkovaaa@gmail.com

Аннотация. Инновационных инструментов управления человеческим капиталом на сегодняшний день имеют огромное влияние, так как обеспечивают бесперебойную работу предприятия и возможности его развития. Отталкиваясь от истории возникновения понятия и его работы тогда, можно сделать выводы о сегодняшней важности управления человеческим капиталом. Являясь интеллектуальным и трудовым потенциалом, человеческий капитал представляется важным инструментом достижения необходимого уровня экономической безопасности, что связано с необходимостью дальнейшего прогнозирования развития экономики.

Ключевые слова: человеческий капитал, управление, развитие, инновационный менеджмент.

На сегодняшний день условия ограниченности естественно-природных и материально-финансовых ресурсов ставят человеческий капитал как ключевое условие определения эффективности социально-экономического развития предприятия и страны в целом. Именно человеческий капитал устанавливает возможности конкурентоспособности на рынке. «Сам термин «человеческий капитал» был введен в научный оборот лауреатом Нобелевской премии Теодором Шульцем, который под данным понятием определял приобретенные человеком ценные качества, могут быть усилены соответствующими вложениями. По мнению Шульца, улучшение благосостояния индивидов определяется наличием у них знаний, умений и определенных навыков, которые составляют человеческий капитал. По оценке Шульца, из совокупности продукта, производимого в обществе, на накопление человеческого капитала используется порядка $\frac{3}{4}$ от его общей величины» [1].

Поддержав и развив идею Шульца, Гэри Беккер обосновал эффективность от вложений в воспроизводство человеческого капитала. Беккер представил человеческий капитал как совокупность врожденных и приобретенных навыков человека, его знаний и мотивации, используемые в процессе трудовой деятельности, что также является источником дохода

самого человека и общества. Однако, существуют и иные определения понятия «человеческий капитал», определяющие его под другим углом. Так, например, С. А. Дятлов помимо накопленных в результате инвестиций знаний, навыков и поученного опыта, добавляет ещё и определенный запас здоровья, учитывая характерные определенного особенности человека. Таким образом, можно сделать вывод, что понятие «человеческий капитал» многогранно и трактовать его можно по-разному, сохраняя при этом определенные качества.

Человеческий капитал играет определяющую роль в условиях повышения ВВП и определяется как самый ценный воспроизводимый фактор производства, из-за чего так важно качество и скорость его формирования. В первом случае становление человеческого капитала определяется через инвестиции в сферу образования, науки, культуры и здравоохранения, на что можно повлиять при желании, то во втором – это невозможно.

Без развития человеческого капитала невозможно добиться устойчивого экономического роста, поэтому важно знать, как правильно управлять человеческим капиталом для достижения поставленных целей. С точки зрения современности, главной особенностью управления человеческим капиталом является преобладание слова «человеческий», понимающееся в данном контексте в качестве личностного и социального направления. Управление человеческим капиталом носит долгосрочный характер, это означает, что оценка инвестиций в него дается с перспективой отдачи в будущем. То есть, вложения в затраты на «человеческий капитал» должны оптимизироваться в зависимости от ожидаемой доходности, а не сводится к минимуму. Что формирует специфическую задачу управления человеческим капиталом: сближение стратегических целей организации с интересами наёмных рабочих.

Сегодня использование маркетинговых инструментов в процессе вложения в человеческий капитал позволяет определить актуальные направления и необходимый уровень инвестиций, учитывая требования и рынка труда и запросов компании. «Маркетинговое управление – управление всеми функциями предприятия с позиции маркетинга, такой подход позволяет достичь целей организации в получении намеченного объема прибыли за счет ориентации на потребителя. Формирование человеческого капитала компании, прежде всего, осуществляется путем подбора и подготовки персонала, обладающего необходимым уровнем квалификации и способностями строить взаимоотношения как внутри компании, так и с внешними контрагентами и клиентами, что и создает уникальные конкурентные преимущества компании на рынке, позволяет максимально точно ориентироваться на потребителя, соответствовать его запросам» [2, с. 100]. Из чего следует, что маркетинговое управление человеческим капиталом можно рассмотреть как со стороны ресурса, необходимого для достижения целей компании, то есть персонал, так и со стороны объекта инвестирования, приносящего прибыль.

Ещё одним инновационным инструментом управления человеческим капиталом выступает коучинг. Коучинг объединяет в себе различные методики и техники управления и признаётся важным инструментом влияния на результат деятельности как отдельных людей, так и организации в целом. Это интерактивный процесс, целью которого является качественное повышение эффективности и развитие желаемых способностей работников.

Так как коучинг опирается на личную историю развития каждого человека в организации, что помогает опереться на лучших качествах работников, это ускоряет процесс принятия решений и способствует качественному процессу работы организации. Сотрудник понимает свой вклад и ценность работы в организации и влияет на её развитие. Однако для такого подхода необходимо создать условия, где каждый сотрудник сможет раскрыть свой потенциал.

На сегодняшний день развитие человеческого капитала находится в центре глобального развития организаций и страны в целом, так как содействует устойчивому экономическому

росту. Представляя собой интеллектуальный и трудовой потенциал, человеческий капитал является значимым инструментом достижения необходимого уровня экономической безопасности, что связано с прогнозированием дальнейшего развития экономики. А использование современных методов ускоряет процесс принятия решений в управлении человеческим капиталом в соответствии с современными тенденциями, при этом оставляя за собой главную цель работы организации: получение максимальной прибыли при использовании минимальных затрат.

Литература и источники

1. Паршина, Н. В. Человеческий капитал: сущность, содержание, особенности / Н. В. Паршина // Мир современной науки. – 2013. – № 3. – С. 4.
2. Захаренко, И. К. Маркетинговые инструменты формирования и развития человеческого капитала компании / И. К. Захаренко, Е. В. Сумарокова // Инновационная экономика XXI века. Вестник университета, 2013. – С. 98 -103.

Научный руководитель – преподаватель Лебедева К.О., Белорусский национальный технический университет

УДК 336.67

ДИАГНОСТИКА РИСКА БАНКРОТСТВА ЗАО «КУЗБАССКИЙ ПИЩЕКОМБИНАТ» КАК ИНДИКАТОРА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

Стецурина И.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
irina.stetsurina03@mail.ru

Аннотация. *Риск банкротства хозяйствующих субъектов является индикатором экономической безопасности региона. Поэтому важно проводить диагностику потенциальных кризисных ситуаций, что определяет направленность управленческих антикризисных решений. В данной статье представлены результаты экспресс-анализа финансового состояния и оценки вероятности наступления банкротства ЗАО «Кузбасский пищекомбинат» за 2022 год, с использованием классической пятифакторной модели Э. Альтмана, двухфакторной модели М. А. Федотовой и пятифакторной модели Р.С. Сайфулина и Г.Г. Кадыкова.*

Ключевые слова: *банкротство, риск банкротства, диагностика риска банкротства, индикатор экономической безопасности, диагностические модели.*

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что банкротство экономического субъекта приводит к серьёзным негативным последствиям с позиции экономической безопасности, что обуславливает необходимость осуществления системы производственно-финансовых мероприятий по диагностике, предупреждению и нейтрализации кризисных явлений в функционировании предприятия. В базисе этой системы находится антикризисная диагностика как «процедура обнаружения и фиксации финансовой проблемы, а также определения диагноза предкризисной ситуации» [1].

Согласно статье 2 Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002 года, банкротство определяется как «неспособность должника, подтвержденная документально, удовлетворить требования по денежным обязательствам и финансировать свою текущую основную деятельность» [2]. Неспособность предприятия своевременно

погашать обязательства становится следствием дисбаланса активов и пассивов по суммам, срокам, структуре и качеству (что описывает риск несбалансированной ликвидности). А возможность финансирования текущей основной деятельности определяется степенью достаточности стержневой ресурсной базы, в основе которой находится чистая прибыль. Оценка рыночных факторов, воздействующих на уровень чистого финансового результата компании, позволяет, с определённой долей условности, охарактеризовать эту рисковую ситуацию как коммерческий (рыночный) риск. Следовательно, риск банкротства представляет собой комбинацию двух структурных элементов – риска несбалансированной ликвидности и коммерческого риска. Возможно, этим предположением и объясняется специфический состав ключевых показателей антикризисного анализа (коэффициенты ликвидности, показатели рентабельности и деловой активности). Измерение структурных компонентов риска банкротства позволит аналитикам оценить уровень экономической безопасности функционирования компании в рамках региональной экономики.

В настоящей статье представлены результаты экспресс-анализа финансового состояния и оценки вероятности наступления банкротства ЗАО «Кузбасский пищекомбинат». Обработана аналитическая информация за 2022 год.

На основе проведённого экспресс-анализа отчетности сделаны выводы об убыточной деятельности предприятия и росте уровня убыточности собственного капитала, о значительной доле краткосрочных обязательств в структуре пассива баланса, и недостаточности собственного капитала. Всё это можно рассматривать как кризисные сигналы.

Диагностика риска банкротства проведена с использованием классической пятифакторной модели Э. Альтмана, двухфакторной модели М. А. Федотовой и пятифакторной модели Р.С. Сайфулина и Г.Г. Кадыкова.

Диагностическая модель Э. Альтмана предусматривает расчёт показателя Z, с применением определённого алгоритма (таблица 1).

Таблица 1 – Оценка вероятности банкротства предприятия на основе классической пятифакторной модели Э. Альтмана [3]

Показатели	Формула расчёта (нумерация формул)	2022г.
X ₁	Оборотный капитал / Сумма активов (1)	0,324
X ₂	Нераспределённая прибыль / Сумма активов (2)	-0,507
X ₃	Операционная прибыль / Сумма активов (3)	-0,06
X ₄	Рыночная стоимость акций / Заёмные пассивы (4)	0,438
X ₅	Выручка / Сумма активов (5)	1,997
$Z = 1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + X_5$ (6)		1,742
Оценочная шкала		
Значение Z	Вероятность банкротства, %	
Z < 2,675	возможно банкротство в <u>ближайшие 2-3 года</u>	
Z > 2,675	компания финансово устойчива	

Поскольку полученное значение Z-счёта меньше 2,675, то возможно банкротство предприятия в ближайшие 2-3 года.

Модель М. А. Федотовой опирается на два показателя: коэффициент покрытия (x₁) и коэффициент финансовой зависимости (x₂) (таблица 2).

Таблица 2 – Прогнозирование банкротства предприятия на базе модели М. А. Федотовой [4]

Показатели	Формула расчёта (нумерация формул)	2022г.
X_1	$\frac{\text{Текущие активы}}{\text{Текущие обязательства}}$ (7)	0,3643
X_2	$\frac{\text{Займные средства}}{\text{Валюта баланса}}$ (8)	1,0463
$Z = -0,3877 - 1,0736X_1 + 0,0579X_2$ (9)		-0,718
Оценочная шкала		
Значение Z-счёта	Вероятность банкротства	
$Z > 0$	высокая	
$Z < 0$	низкая	

Так как значение Z-счёта меньше 0, то вероятность банкротства компании низкая.

Далее представлена пятифакторная модель Р. С. Сайфулина и Г. Г. Кадыкова (таблица 3). В основе расчётного алгоритма лежат три аналитических вектора: финансовая устойчивость (X_1), ликвидность баланса (X_2), эффективность управления (X_3, X_4, X_5).

Таблица 3 – Оценка риска банкротства на основе модели Р. С. Сайфулина и Г. Г. Кадыкова [5]

Показатели	Формула расчёта (нумерация формул)	2022г.
X_1 (норма: $\geq 0,1$)	$\frac{\text{Собственный капитал} - \text{Внеоборотные активы}}{\text{Оборотный капитал}}$ (10)	-1,896
X_2 (норм: ≥ 2)	$\frac{\text{Оборотный капитал}}{\text{Текущие обязательства}}$ (11)	0,364
X_3 (норма: $\geq 2,5$)	$\frac{\text{Объём реализованной продукции}}{\text{Авансируемый капитал}}$ (12)	1,997
X_4	$\frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Выручка}}$ (13)	-0,041
X_5 (норма: $\geq 0,2$)	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал}}$ (14)	1,047
$Z = 2X_1 + 0,1X_2 + 0,08X_3 + 0,45X_4 + X_5$ (15)		-2,567
Оценочная шкала		
Значение Z-счёта	Вероятность банкротства	
$Z \geq 1$	удовлетворительное финансовое состояние и незначительный уровень риска банкротства	
$Z < 1$	неудовлетворительное финансовое состояние и значительный уровень риска банкротства	

Значение Z отрицательное, равно -2,567. Так как значение меньше 1, то можно сделать вывод, что предприятие имеет неудовлетворительное финансовое состояние и значительный уровень риска банкротства.

Результаты расчетов получились неоднозначными. С одной стороны, две из представленных моделей (модель Э. Альтмана; модель Р. С. Сайфулина и Г. Г. Кадыкова) определили возможное банкротство ЗАО «Кузбасский пищекомбинат» в ближайшей перспективе. С другой стороны, модель М. А. Федотовой свидетельствует о низкой вероятности банкротства компании. В связи с тем, что методика М.А. Федотовой базируется только на двух параметрах, можно сделать предположение о низких прогностических свойствах данной модели. Поэтому, базируясь на материалах пятифакторных моделей, делаем вывод о неудовлетворительном финансовом состоянии предприятия и значительном уровне риска банкротства у предприятия.

Литература и источники

1. Черниченко, С. Г. Синтезированные методические технологии в области диагностики несостоятельности (банкротства) организаций в системе антикризисного управления (на материалах сельскохозяйственных организаций Кемеровской области – Кузбасса): Монография / С. Г. Черниченко, Р. М. Котов: ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет». – Кемерово, 2023. – 117 с.

2. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 г. №127-ФЗ (последняя редакция)

3. Altman E., Hotchkiss E. Corporate Financial Distress and Bankruptcy: Predict and Avoid Bankruptcy, Analyze and Invest in Distressed Debt // John Wiley and Sons, Ltd. 2021, 307 p.

4. Федотова, М. А. Оценка стоимости активов и бизнеса : учебник для вузов / М. А. Федотова, В. И. Бусов, О. А. Землянский. – Москва : Юрайт, 2023. – 522 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/516748> (дата обращения: 11.04.2024). – ISBN 978-5-534-07502-1. – Текст : электронный.

5. Крюков, А. Ф. Анализ методик прогнозирования кризисной ситуации коммерческих организаций с использованием финансовых индикаторов / А. Ф. Крюков, И. Г. Егорычев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2022. – №2. – С. 91 – 98.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Черниченко С.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 339

РОЛЬ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА

Тишкина А.В.

ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.», Социально-экономический институт

anastezy04@mail.ru

***Аннотация.** Исследование затрагивает оценку показателей, которые характеризуют роль доходов от таможенных сборов в фискальной системе страны, дополнительно акцентируя внимание на их взлетах и падениях. На сегодняшний день, в связи с открытием границ после сложной эпидемиологической ситуации, объемы внешнеэкономической деятельности растут с каждым днем. Чтобы произвести качественный анализ поступлений таможенных платежей в доходы государства, важно определить эффективность результатов деятельности таможенных органов, путем анализа показателей динамики таможенных платежей, причины их роста и падения.*

***Ключевые слова:** экономика, таможня, таможенно-тарифное регулирование.*

В современном мире, где ускорение интеграционных процессов и все более тесное взаимодействие экономических систем стран мира приводят к глобализации экономических связей, наблюдается ряд значимых и глубоких изменений в функциональной структуре и значимости таможенно-тарифного регулирования. Это явление находит своё отражение в новом виде реализации внутренней и внешней политики государства, что особенно ярко проявляется в процессе создания и функционирования межгосударственных зон свободной торговли и таможенных союзов.

Таможенные пошлины представляют собой сложную и многоступенчатую систему, включающую в себя различные тарифные ставки, которые накладываются на продукцию при

её пересечении границ Российской Федерации. Эти ставки упорядочены и структурированы в рамках общепринятой классификационной системы, известной как Товарная номенклатура для внешнеэкономической деятельности. Правила, по которым рассчитывается и используется таможенный тариф, а также порядок его реализации, закреплены в законодательных документах страны, в том числе в Законе РФ от 21 мая 1993 года № 5003-1, который посвящен именно таможенному тарифу [1]. ТН ВЭД приобретает особое значение при декларировании товаров, перемещаемых через таможенную границу, разработке тарифной системы, квотировании, лицензировании, валютном контроле и т. д. [2, с. 69].

В настоящее время таможенно-тарифная политика Российской Федерации демонстрирует определенную направленность и акцентируется на двух основных направлениях. Прежде всего, она направлена на обеспечение стабильного пополнения доходной части бюджета, что является крайне важным аспектом экономической стабильности страны. Согласно статистике, до 50% доходной части федерального бюджета поступают именно от таможенных сборов. Кроме того, таможенно-тарифная политика нацелена на защиту ослабленных секторов экономики, что достигается путём увеличения импортных пошлин на широкий спектр зарубежных товаров, что способствует поддержанию конкурентоспособности отечественных производителей.

В 2023 году объем доходов, полученных в виде таможенных пошлин и направленных в федеральный бюджет, составил 6,622,9 миллиардов рублей, что на 6,4% (или на 400,7 миллиарда рублей) превышает аналогичные цифры 2022 года. Рост доходов от импорта способствовал восполнению финансовых потерь, вызванных прерыванием поставок газа по трубопроводу «Северный поток». В текущем году доля доходов, полученных от импорта, достигла 74,5% от общей суммы таможенных платежей, обработанных Федеральной таможенной службой РФ, и она выросла на 48,4% по сравнению с прошлым годом. Объем средств, собранных за импортные товары, достиг 4,931,5 миллиардов рублей [2].

Таможенные органы РФ демонстрируют высокий уровень квалификации и профессионализма, эффективно выполняя свои обязанности в условиях, которые с каждым годом усложняются, что сопровождается экономическими и политическими потрясениями в стране.

Контроль за таможенными пошлинами представляет собой основополагающий и многоуровневый процесс, включающий в себя цепочку взаимосвязанных этапов: идентификация страны-производителя продукции, вычисление её таможенной стоимости и определение размера таможенных платежей.

Решения, касающиеся таможенно-тарифного регулирования в рамках внешнеторговой деятельности, занимают центральное место в экономической стратегии таможенных органов.

Ключевым элементом для улучшения таможенного тарифа станет переход от части совокупных ставок ввозных таможенных пошлин к специфическим, что даст возможность более эффективной поддержки отечественных производителей, в особенности сельскохозяйственных товаров.

Чтобы обеспечить защиту российских производителей, работающих в условиях широких ценовых колебаний, и при этом поддерживать приемлемый уровень таможенных сборов на импортные товары, целесообразно использовать тарифные ставки, которые были бы наложены на абсолютное значение в зависимости от размера таможенной стоимости товара, сочетая это с возможностью уточнения категорий отдельных товаров.

Важно подчеркнуть, что устаревший метод защиты интересов российских производителей, в том числе и сельскохозяйственной отрасли, который основывается на повышении таможенных сборов, уже не имеет того же эффекта, который был раньше. Продолжение этой стратегии ограничено из-за относительно низкого уровня доходов населения страны, поскольку данные товары часто являются базовыми для жизни.

В этой связи, особую актуальность приобретает использование тарифных квот как инструмента защиты производителей. Они позволяют гарантировать их интересы без

необходимости повышения цен на внутреннем рынке, что критически важно для поддержания стабильности потребительских цен и благополучия населения [3].

Текущая система кодов товаров для внешней торговли соответствует международным стандартам, на которые приняла обязательства Россия, однако она не полностью отражает необходимость в регулировании экономической сферы. Необходимо продолжать работу по уточнению этой системы, чтобы каждый тарифный пункт мог быть безусловно идентифицирован по соответствующему коду.

Сложность и многогранность воздействия таможенных пошлин на внешнеэкономические связи и экономику в целом подчеркивает необходимость для государственных органов принимать осторожные решения относительно установления уровня тарифов, принимая во внимание все возможные последствия таких мер.

Литература и источники

1. Закон РФ от 21.05.1993 N 5003-1 «О таможенном тарифе» // СР ФЗ. 1993. №21. Ст.2110. 2023. №19. Ст.1929.

2. Земскова, И.А. Роль ТН ВЭД ЕАЭС в системе таможенного регулирования / И. А. Земскова, М. В. Фимилина // В сборнике: Современные векторы развития таможенного дела и внешнеэкономической деятельности. сборник научных трудов. Саратов, 2022. С. 68-73.

3. Отчет о начислении и поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации за 2023 год // https://www.nalog.gov.ru/rn01/related_activities/statistics_and_analytics/forms/13672520/ (дата обращения: 04.04.2024).

4. Терегулов, Р. М. Роль таможенных платежей в формировании доходов Федерального бюджета РФ / Р. М. Терегулов // Теория и практика современной науки. – 2022. – №4 (82). – С.89-95.

Научный руководитель - старший преподаватель Земскова И.А., ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

УДК 638.08

ПРЕИМУЩЕСТВА РАЗВИТИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО ЖИВОТНОВОДСТВА

Украинцева И.В.

ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,
Азово-Черноморский инженерный институт-филиал
rostma@rambler.ru

Аннотация. В работе рассмотрено органическое животноводство как наиболее сложное и перспективное направление развития подотрасли сельского хозяйства. Выделены ключевые преимущества органического животноводства в сравнении с традиционным. Показано значение государственной поддержки органического животноводства в целях устойчивого его дальнейшего развития.

Ключевые слова: сельское хозяйство, органическое животноводство, органическая продукция, продуктивность.

Одним из основных условий по обеспечению продовольственной безопасности страны в современных условиях импортозамещения, является устойчивое развитие как всего

сельского хозяйства в целом, так и его подотраслей. При этом следует выделить отдельно подотрасль животноводства, без которой человек не может обойтись [1].

Ввиду своей значимости, в Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 года, продленной до 2025 года, определены перспективы развития животноводства как приоритетной подотрасли сельского хозяйства [2].

Кроме производства продуктов питания, животноводство выполняет такие функции как сохранение качества окружающей среды, обеспечение занятости населения, особенно в сельской местности, способствуя развитию сельских территорий [3].

Основная задача животноводства состоит в обеспечении населения качественными продуктами питания. При этом на сегодняшний день спрос на качественную продукцию животного происхождения увеличился, поскольку после пандемии COVID-19 в 2020 году люди все больше внимания стали уделять своему здоровью, заботясь о том, чтобы не только вести более активный и здоровый образ жизни, но и употреблять экологически чистую продукцию. Можно предположить, что в последнее время рацион людей изменился в лучшую сторону, что повлекло за собой увеличение спроса на качественные продукты питания как растительного, так и животного происхождения.

Рынок органической продукции в нашей стране не так сильно развит, как зарубежный, но его уже можно считать самым динамично развивающимся.

Органическое животноводство своим методом ведения сельского хозяйства отличается от традиционного тем, что при осуществлении деятельности на животноводческих предприятиях оно приближено к натуральному естественному методу получения продукции.

Несмотря на имеющиеся риски и существующие проблемы развития органического животноводства, сельскохозяйственные предприятия включают в свою деятельность производство органической продукции ввиду ее привлекательности для потребителя и растущего на нее спроса [4].

Органическое животноводство имеет ряд преимуществ, одним из которых является положительное влияние на отрасль растениеводства, поскольку данные отрасли тесно переплетены и взаимосвязаны друг с другом [5].

Когда предприятия производят сельскохозяйственную продукцию сочетая отрасль растениеводства и животноводства, то помимо экономического результата достигается такая важная цель как сохранение и повышение плодородия почв. Конечно, многие предприятия ввиду того, что ведение отрасли животноводства, а особенно органического животноводства, является более затратным видом деятельности, предпочитают специализироваться только на производстве растениеводческой продукции. Без животноводства сельскохозяйственное предприятие вполне может производить продукцию растениеводства, но как показывают исследования, в этом случае рентабельность производства продукции растениеводства оказывается ниже.

Органические удобрения восстанавливают питательные вещества в почве, которые были утрачены после выращивания сельскохозяйственных культур, позволяя получать более высокую урожайность при соблюдении севооборота культур.

Сочетание органического растениеводства и органического животноводства способствует улучшению экосистемы в целом.

В органическом животноводстве обеспечиваются благоприятные условия содержания и кормления животных, что отражается на их продуктивности. Одним из основных факторов органического животноводческого производства является профилактика заболеваний. Это влияет на улучшение состояния здоровья животных и повышение качества получаемой продукции – молока и мяса.

Продукция органического животноводства является качественной, содержит полезные вещества и витамины, отличается высокой биологической ценностью. Органические

продукты питания способствуют хорошему здоровью потребителя, являются безопасными, поскольку не содержат синтетических добавок и препаратов на базе ГМО.

Огромное значение для здоровья человека имеют молоко и молочные продукты, полученные в результате органического производства. В молоке содержится наибольшее количество питательных веществ.

Существует точка зрения, что органическое молоко не отличается от традиционного молока по питательности, качеству и безопасности. Однако проведенные исследования показывают, что органическое молоко имеет такие дополнительные преимущества, как повышенное присутствие определенных питательных веществ, как следствие естественного питания молочных коров на специализированных органических фермах. Также в органическом молоке присутствует большее количество омега-3 жирных кислот, что является важным моментом для поддержания здоровья сердца человека.

В органическом животноводстве одной из главных задач является благосостояние животных, когда создаются все условия для их естественного роста и развития [5]. При органическом производстве улучшается состояние здоровья животных, их аппетит, снижается частота заболеваний и уровень стрессовых ситуаций, что приводит к увеличению продуктивности.

Сельскохозяйственные производители всегда заинтересованы в росте продуктивности животных, поскольку это позволяет им получать больше прибыли, увеличивается показатель рентабельности животноводческой продукции. Поэтому несмотря на то, что органическое животноводство является одним из наиболее сложных направлений животноводства, оно представляет собой перспективное направление развития животноводства в будущем.

Реализация государственных программ и оказание поддержки позволило предприятиям, осуществляющим сельскохозяйственную деятельность, добиться в настоящее время уже значительных успехов в развитии животноводства в целом [6], что показывает значимость осуществления государственного регулирования отрасли.

Вследствие этого, государственная поддержка является неотъемлемым элементом развития органического животноводства в силу его специфики ведения [7].

Необходимы дополнительные меры государственной поддержки производителям органической продукции, поскольку ее производство является стратегической задачей в сфере дальнейшего развития органического сельского хозяйства. Среди основных направлений можно выделить производство молочной и мясной органической продукции животноводства, обусловленные их неоспоримыми преимуществами.

Литература и источники

1. Украинцева, И. В. Роль отрасли животноводства в обеспечении продовольственной безопасности страны / И. В. Украинцева // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 95-4. – С. 105-107.
2. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия / Министерство сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс] // <http://www.mcsx.ru>.
3. Артемова, Е. И. Роль животноводства в развитии сельских территорий / Е. И. Артемова, А. А. Дементьева // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 29(3). – С. 49-53.
4. Украинцева, И. В. Органическое животноводство как перспективная отрасль сельского хозяйства / И. В. Украинцева // Современные научные исследования: проблемы и перспективы: Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции, Черноград, 04–05 марта 2024 года. Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2024. С. 295-299.
5. Насатуев, Б.Д. Органическое животноводство / Б. Д. Насатуев. – Санкт-Петербург: Лань, – 2023. – 192 с.

6. Украинцева, И. В. Особенности государственного регулирования животноводства как приоритетной отрасли сельского хозяйства / И. В. Украинцева // Modern Economy Success. – 2023. – № 2. – С. 30-35.

7. Воронина, Н. П. Государственная поддержка органического сельского хозяйства / Н. П. Воронина // Сельское хозяйство. – 2023. – №1. – С. 44-50.

УДК 336.27

ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РФ

Хнкоян Р.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

rimmakhnkoyan@mail.ru

***Аннотация.** В статье рассматривается зависимость между уровнем государственного долга и экономической безопасностью страны. Проанализированы динамика и структура государственного внутреннего и внешнего долга РФ, а также их доля в ВВП для оценки их влияния на экономическую безопасность государства.*

***Ключевые слова:** экономическая безопасность, государственный внутренний долг, государственный внешний долг.*

Экономическая безопасность страны является одной из наиболее важных категорий рыночной экономики. Её уровень определяется рядом макроэкономических показателей (стоимостной и удельный уровень ВВП, структура экономики, объём и структурные компоненты внутреннего и внешнего долга и т. п.).

То есть объём и специфика государственного долга выступают одним из ключевых критериев экономической безопасности страны, наряду с такими традиционными национально-экономическими индикаторами, как: суверенитет государства, структура внешней торговли, конкурентоспособность экономики, продовольственная безопасность, устойчивость финансовой системы, социальная стабильность и др.

Дискуссии экономистов по вопросам методологии оценки указанных параметров вполне понятны, т. к. не все крупномасштабные факторы экономической безопасности подлежат количественной оценке, а оценочный механизм индивидуально формализован, в зависимости от спецификации фактора.

Важно отметить, что для оценки качества экономической безопасности требуется не только анализировать имеющиеся статистические показатели и их динамику, но и рассматривать их пороговые значения – то есть значения, при которых возможен риск возникновения негативных последствий в экономике [1].

Целевая ориентация настоящей работы на оценку объёма и качества государственного долга обусловлена важностью и актуальностью данного вопроса, и предполагает применение традиционной оценочной процедуры, с позиции влияния на уровень экономической безопасности страны.

Необходимо отметить, что состояние государственного долга страны тесно связано с уровнем её экономической безопасности. Государственный долг – это сумма задолженности государства по выпущенным и непогашенным государственным займам [2].

В зависимости от места размещения долговых обязательств, выделяют государственный внутренний долг и государственный внешний долг.

Внутренний долг формируется внутри страны, когда государство заимствует временно свободные средства у собственных граждан и предприятий, организаций, учреждений.

Внешний долг образуется в рамках государственного кредитования за рубежом. В данном случае кредиторами выступают иностранные граждане и компании.

Значительные размеры государственного долга приводят к таким негативным последствиям, как усиление неравенства в распределении доходов, рост ставки процента, увеличение налоговых ставок, угроза высокой инфляции, перемещение реальных товаров и услуг за границу и чистое сокращение их потребления внутри страны, как следствие увеличения внешней задолженности [3].

Анализ объёма и структуры внутреннего и внешнего государственного долга за период 2017-2022 гг. проведён с использованием информационной базы Министерства финансов Российской Федерации.

Результаты аналитической работы продемонстрировали рост массивов внутреннего государственного долга в текущих ценах в течение анализируемого периода. При этом следует отметить значительное расширение внутреннего государственного долга в 2021 г. (45% роста к предыдущему году). В других интервалах расчётного периода среднегодовое значение прироста составляло около 10%.

В динамике отмечено существенное изменение структуры внутреннего государственного долга. Отслеживается значительный рост долевого участия долговых обязательств по облигациям федеральных займов с переменным купонным доходом (в 2,7 раза), облигаций федеральных займов с постоянным купонным доходом (в 1,3 раза), облигаций федеральных займов с индексированным номиналом (в 1,5 раза).

В структуре внутреннего государственного долга России преобладают облигации федеральных займов с постоянным купонным доходом, составляющие в начале 2022 г. около 60% всех долговых обязательств государства. На облигации федеральных займов с переменным купонным доходом в начале 2022 г. приходилось 28,6% долговых обязательств страны (на общую сумму 4,7 трлн. руб.), при этом удельный вес данного вида облигаций в анализируемый период значительно увеличился. Увеличение доли облигаций федеральных займов с постоянным купонным доходом и облигаций федеральных займов с переменным купонным доходом произошло на фоне сокращения выпуска облигаций федеральных займов с амортизацией долга почти в 3 раза, и государственных сберегательных облигаций в 1,5 раза.

Для оценки уровня долговой нагрузки государства проанализирована доля внутреннего государственного долга в ВВП. В рамках анализируемого периода в России доля государственного внутреннего долга в процентах к ВВП остается достаточно стабильной, демонстрируя рост в 2020 г., и ещё более значительное увеличение в 2021 г., что, вероятно, связано с возникновением дефицита государственного бюджета в этом периоде, а также с ростом интереса к ценным бумагам со стороны населения. В целом можно отметить, что долговая нагрузка правительства находится на безопасном уровне, так как данный показатель колеблется в районе 9-11% (ниже 20% ВВП), что является одним из преимуществ бюджетной системы России с позиции эффективности бюджетной политики.

Наряду с внутренним заимствованием государство использует внешние займы, которые формируют государственный внешний долг страны. Результаты анализа состояния внешнего государственного долга России позволяют сделать следующие выводы.

В течение 2017-2022 гг. объем государственного внешнего долга Российской Федерации сохраняет определённую стабильность. В 2018-2019 гг. наметилась тенденция к снижению государственного внешнего долга, в процентах к предыдущему году, в среднем на 2%. Однако, начиная с 2020 г. наблюдается экспансия внешней задолженности, что обусловлено ростом дефицита государственного бюджета в 2020 г., прирост к предыдущему году составил 11,5%. В следующие периоды негативный тренд продолжил своё движение: в 2021

г. рост задолженности составил 3,5%, а в 2022 г. – 5,3%. При этом, за данный период, доля государственного внешнего долга в ВВП колеблется в районе 3-4%.

Наибольшую долю в структуре внешнего долга Российской Федерации составляют долги по внешним облигационным займам. При этом следует отметить сокращение их удельного веса в общей сумме государственного внешнего долга в начале 2022 г. до 65,4%. На фоне снижения удельного веса задолженности по внешним облигационным займам увеличился объем государственных гарантий Российской Федерации в иностранной валюте. Следует отметить, что в структуре государственного внешнего долга преобладают долгосрочные обязательства, что оценивается как положительное явление, поскольку повышает устойчивость к рыночным колебаниям.

Значительные размеры государственного внешнего долга несут в себе серьезную опасность для эффективного функционирования национальной экономики, а также могут привести к определённой политической зависимости. Однако, как показывает опыт промышленно развитых стран, это происходит не всегда, и обычно характерно для стран со слабой экономикой.

Проведенный анализ соотношения внутреннего и внешнего долга Российской Федерации показал стоимостное преобладание объёма внутренней задолженности государства над его внешними долгами. А доля внутреннего долга по отношению к ВВП страны превышает долю внешнего более чем в три раза. В целом, данные показатели находятся в безопасном диапазоне для экономики страны. В целях уменьшения возможных негативных последствий для экономики, связанных с ростом внутренней задолженности государства, необходимо грамотное управление государственным долгом. Это могут быть не только такие меры как консолидация или конверсия задолженности, но и меры направленные на решение проблемы бюджетного дефицита.

Литература и источники

1. Егорова, Д. А. Государственный долг как фактор экономической безопасности / Д. А. Егорова, Т. В. Журавлева // Научная дискуссия современной молодежи: актуальные вопросы, достижения и инновации. – Пенза: Наука и просвещение, 2019. – С. 123-128. – Текст: электронный. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41511522> (дата обращения: 13.04.2024).
2. Государственный долг. Юридическая энциклопедия [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://yuridicheskaya_encyclopediya.academic.ru/2149 (дата обращения: 13.04.2024).
3. Боярчук, Н. К. Макроэкономика: Учебное пособие / Н. К. Боярчук. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2021. – 108 с. – Текст: электронный. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45789245> (дата обращения: 13.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Черниченко С.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 338

МЕХАНИЗМ И ИНСТРУМЕНТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Шейдеман К.О.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

k_sheydeman@mail.ru

***Аннотация.** В статье проанализированы подходы отечественных исследователей к формированию системы экономической безопасности предприятия, ее элементов, механизма и инструментов обеспечения. Определена специфика использования инструментов обеспечения экономической безопасности на энергетических предприятиях.*

***Ключевые слова:** энергетические предприятия, механизм обеспечения экономической безопасности; инструменты обеспечения экономической безопасности.*

Предприятия энергетической отрасли вносят значительный вклад в функционирование экономики страны, являясь поставщиками энергоресурсов, гарантами занятости и налоговых поступлений. Изменения внешней (возрастание геополитической напряженности, переход к альтернативным источникам энергии, актуализация климатической повестки, возрастание активности внешних злоумышленников и пр.) и внутренней среды функционирования энергетических предприятий (дефицит кадров, изношенность оборудования пр.) приводят к появлению рискованных ситуаций. Система экономической безопасности предприятия (далее – СЭБ) призвана создать гибкую систему управления с целью снижения неопределенности при осуществлении экономической деятельности и оперативного реагирования на возникающие вызовы. В настоящее время на большинстве энергетических предприятий существуют либо специализированные СЭБ, либо специалисты по экономической безопасности входят в состав службы безопасности.

Первоначально работа по формированию СЭБ связана с определением отраслевых особенностей и учета объективных факторов деятельности предприятия, таких как форма собственности; роль предприятия в жизни населенного пункта, региона, страны (системообразующие; системообслуживающие и пр.), номенклатура выпускаемой продукции и ее объемы; уровень государственного вмешательства в процесс хозяйственной деятельности; развитость коммуникаций и инфраструктуры, куда включается оценка технического состояния оборудования и степень его износа [7].

Предприятия энергетики выступают видами производства, потенциально опасными для жизни и здоровья их сотрудников, следовательно, комплаенс в области охраны труда выступает одним из важнейших элементов системы безопасности. Аварии и выход из строя таких предприятий могут нанести вред как работникам, так и жителям близлежащих населенных пунктов, и окружающей среде.

В современных условиях повышается вероятность террористических актов, диверсий, кибератак на информационные системы энергетических предприятий. Последствия реализации угроз будут значительными, а их нейтрализация может быть труднореализуема или даже невозможна. Указанные угрозы следует принимать во внимание при формировании СЭБ, поскольку их реализация может привести к возникновению значительного экономического ущерба.

Возрастает актуальность соблюдения ESG-требований для энергетических предприятий как на внешнем, так и на внутреннем рынке. Значимым является вопрос изменения характера взаимодействия с зарубежными поставщиками и потребителями, а также конкурентами. Усложняются механизмы их проверки, системы взаиморасчетов, логистические схемы и пр.

[2]. Повышается значимость санкционного комплаенса. Анализ указанных факторов позволяет сформировать СЭБ с учетом отраслевых особенностей и повысить эффективность реализуемых мероприятий.

Следующим этапом формирования СЭБ является разработка механизма обеспечения экономической безопасности. Ю.А. Локтионова определяет его как: «целостную систему, состоящую из отдельных, относительно самостоятельных, но одновременно и взаимосвязанных и взаимодействующих структурных элементов» [4].

В монографии А.К. Моденова, Е.И. Белякова, М.П. Власова и Т.А. Лелявина механизм определяется, как система, элементы которой оказывают непосредственное влияние на процесс разработки и реализации управленческих решений [7]. Таким образом, механизм состоит из элементов, формирующих организационно-правовые, экономические, правовые и прочие инструменты и мероприятия, которые функционируют и взаимодействуют с целью создания безопасных условий хозяйственной деятельности.

Поэтапную реализацию механизма формирования СЭБ можно представить следующим образом [1]:

1. Работа по определению основных направлений СЭБ и функционирования предприятия. Данный этап связан с начальным анализом предприятия, его стратегии, миссии, целей и задач.

2. Анализ и оценка основных факторов риска, потенциальных и реальных угроз, проведение работы по оценке их влияния на безопасность предприятия.

3. Анализ и оценка внутренней и внешней среды функционирования предприятия.

4. Оценка уровня экономической безопасности, определение основных направлений обеспечения безопасности, целесообразности и последовательности применяемых мер.

5. Предложение рекомендаций и решений в соответствии с проведенным анализом с оценкой их стоимости.

6. Последующий мониторинг и корректировка применяемых мер.

Взаимодействие государственных структур и бизнес-сообщества позволит комплексно подойти к обеспечению условий для безопасного ведения деятельности предприятий энергетики и сделать такие предприятия более устойчивыми к возникающим рискам и угрозам.

Помимо ранее перечисленных достаточно стандартных этапов формирования механизма СЭБ для предприятий энергетики, можно указать дополнительные этапы [5], учитывающие отраслевую специфику:

1. Разработка и реализация стратегии экономической безопасности энергетического предприятия в части обеспечения бесперебойной поставки топлива и работы объектов предприятий энергетики.

2. Анализ путей и методов снижения потребления топлива, энергопотребления при сохранении прежних объемов выработки.

3. Обновление материально-технической базы и внедрение ресурсосберегающих и энергосберегающих технологий.

4. Своевременный ремонт и реконструкция эксплуатируемого оборудования.

5. Контроль за работой учета электроэнергии.

6. Усиление обеспечения пожарной безопасности на объектах энергетического хозяйства предприятия.

Инструментами, включаемыми в механизм СЭБ всех хозяйствующих субъектов, являются [6] меры: по совершенствованию организационной структуры предприятия; по обеспечению финансовой устойчивости предприятия; по обеспечению внутриобъектового и пропускного режимов; по обеспечению контроля за эффективностью используемых ресурсов предприятия; по поддержанию позитивной рабочей атмосферы в коллективе и недопущению возникновения и/или распространения конфликтных ситуаций; информационные меры.

Обеспечение экономической безопасности предприятий энергетики осуществляется с использованием специальных инструментов. Ими могут быть инструменты, перечисленные в работе О.В. Кондракова, а именно:

1. Использование эффективных технологий с повышенным коэффициентом полезного действия;
2. Применение прогрессивной шкалы тарифов, устанавливающей более высокую плату за перепотребление энергии;
3. Введение многотарифной системы учета потребления в зависимости от времени суток;
4. Внедрение нормативов энергоэффективности;
5. Использование вторичных энергоресурсов [3].

Основная часть рекомендуемых инструментов связана с обновлением и реконструкцией объектов энергетического хозяйства и обеспечением контроля за объемами потребления энергоресурсов. Данные мероприятия осуществляются путем установки приборов учета и регулирования потребления энергии, дальнейшего анализа и мониторинга показателей энергоемкости. Также в структуре инструментов обеспечения экономической безопасности следует указать научные и экологические мероприятия. Они обеспечивают развитие энергетической отрасли в части внедрения энергосберегающих и ресурсосберегающих технологий [3], что снижает нагрузку на объекты энергетики и сокращает потребление невозобновляемых ресурсов.

В заключении следует отметить, что СЭБ энергетического предприятия является сложной по составу и применяемому инструментарию. Ее эффективное функционирование позволит минимизировать влияние внешних и внутренних угроз на ведение хозяйственной деятельности предприятия и обеспечить его устойчивое функционирование и развитие.

Литература и источники

1. Гацоева, З. О. Механизмы и инструменты создания эффективной системы экономической безопасности предприятия / З. О. Гацоева, А.А. Джимиева, Д.Т. Тедтоева // Экономика и социум. – 2022. – №9 (100). – URL: https://www.iupr.ru/_files/ugd/b06fdc_ebfd317e5b2b40c297dc6cf2f5f083aa.pdf?index=true (дата обращения: 27.04.2024).
2. Казанцева, Е. Г. Стратегические направления деятельности служб экономической безопасности предприятий в период нестабильности / Е. Г. Казанцева // Теория и практика стратегирования: Сборник избранных научных статей и материалов VI Международной научно-практической конференции, Кемерово-Мариинск-Киселевск-Прокопьевск-Гурьевск-Новокузнецк-Москва, 19–21 марта 2023 года / Под научной редакцией В.Л. Квинта. Кемерово: ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», 2023. – С. 204-210.
3. Каюков, В. В. Энергетические ресурсы России в контексте обеспечения экономической безопасности [Электронный ресурс] / В. В. Каюков // Международный научный журнал «Вестник науки». – 2018. – Т. 5. – №5. – С. 4-9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/energeticheskie-resursy-rossii-v-kontekste-obespecheniya-ekonomicheskoy-bezopasnosti> (дата обращения: 27.04.2024).
4. Локтионова, Ю. А. Механизм обеспечения экономической безопасности предприятия [Электронный ресурс] / Ю. А. Локтионова // Социально-экономические явления и процессы. – №3 (049). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizm-obespecheniya-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya> (дата обращения: 27.04.2024).
5. Чаленко, Н. Н. Обеспечение экономической безопасности предприятий электроэнергетики [Электронный ресурс] / Н.Н. Чаленко // Вестник Финансового университета. – 2015. – №4. – С. 160-167. – URL: <https://financetp.fa.ru/jour/article/viewFile/182/168> (дата обращения: 27.04.2024).

6. Экономическая безопасность предприятия: моногр. / А. К. Моденов, Е.И. Белякова, М.П. Власов, Т. А. Лелявина // СПбГАСУ. – СПб., 2019. – 550 с.

Научный руководитель – д-р. экон. наук., доц. Казанцева Е.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 338.1

ВЕРИФИКАЦИЯ МОДЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО БАНКРОТСТВА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Шипицына И.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Shipitcina21@mail.ru

Аннотация. В статье представлены результаты применения моделей оценки потенциального банкротства, разработанных зарубежными и отечественными специалистами, для российской организации, определен оптимальный вариант реализации моделей в современных условиях.

Ключевые слова: банкротство, вероятность банкротства, модель.

В результате управления финансовыми потоками хозяйствующий субъект может оказаться в такой финансовой ситуации, когда его активов будет недостаточно для погашения обязательств, что приводит к кризисной ситуации и вероятности банкротства. С целью выявления такого положения проводится оценка потенциального банкротства (прогнозирование).

Изучение литературы по рассматриваемой теме, показывает, что в настоящее время отсутствуют общепринятые методики оценки потенциального банкротства российских организаций [1, с.80]. При этом исследователями и практиками используются два основных подхода к прогнозированию банкротства:

- на основе данных финансовой (бухгалтерской) отчетности (коэффициенты, входящие в расчет показателей Z – счета или показателя H, R, K, Y , среднего балла);

- на основе сравнения с данными тех хозяйствующих субъектов, которые признаны банкротами.

– В рамках этих подходов наибольшее распространение получили следующие модели оценки потенциального банкротства:

– зарубежных специалистов: Спрингейта Г. [2], Альтмана Э. (для частных компаний) [3], Таффлера Р. и Тишоу Г. [4], Чессера Д. [5], Фулмера Д. [6];

– российских исследователей: Зайцевой О.П. [7], Савицкой Г.В. [8], специалистов Иркутской государственной экономической академии [9].

В целях проверки качества вышеуказанных моделей для российского рынка нами на их основе была проведена оценка вероятности банкротства ПКО «Вернём» г. Новосибирск.

Результаты проведенных расчетов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Оценка потенциального банкротства ПКО «Вернём»

Модели	Результаты расчета/ Вероятность потенциального банкротства			
	2020	2021	2022	2023
Модель Альтмана для частных компаний	0,54/ высокая	0,02/ высокая	0,59/ высокая	1,00/ высокая
Модель О.П. Зайцевой (Кфакт/Кнорм)	82,37/ 26,02/ высокая	74,25/ 26,02/ высокая	97,26/ 93,10/ высокая	8,68/ 1,76/ высокая
Модель Р. Таффлера и Г. Тишоу	0,07/ высокая	0,03/ высокая	0,86/ низкая	0,77/ низкая
Модель Г. Спрингейта	0,65/ высокая	0,41/ высокая	0,99/ низкая	1,36/ низкая
Модель Г.В. Савицкой	1,27/ высокая	1,95/ высокая	-24,66/ низкая	-34,16/ низкая
Модель Д. Фулмера	346,77/ низкая	-117/ высокая	9/ низкая	73/ низкая
Модель ученых Иркутской государственной экономической академии	1,80/ низкая	-0,09/ высокая	0,94/ низкая	3,72/ низкая
Модель Д. Чессера	0,04/ низкая	0,0001/ низкая	0,96/ высокая	0,86/ высокая

Как видно из таблицы, полученные результаты дают противоречивую оценку вероятности потенциального банкротства рассматриваемой организации. В зависимости от применяемых моделей прогнозирования банкротства вероятность банкротства изменяется в широких пределах, от низкой до высокой. Можно выделить следующие группы моделей со схожими результатами оценки вероятности банкротства:

1. Модели Альтмана (для частных компаний) и О.П. Зайцевой, указывающие на высокую вероятность банкротства организации в течение всего рассматриваемого периода.

2. Модели Таффлера Р. и Тишоу Г., Спрингейта Г., Савицкой Г.В., оценивающие как высокую вероятность банкротства в 2020-2021гг. и низкую – в 2022-2023гг.

3. Модели Фулмера и Иркутской государственной экономической академии, в соответствии с которыми отмечается высокая вероятность банкротства организации в 2021 г. и низкая в 2020 году и 2022-2023 гг.

4. Модель Чессера Д., результаты расчета по которой показывают низкую вероятность банкротства организации в 2020-2021гг. и высокую вероятность банкротства – в 2022-2023гг.

В целом, на высокую вероятность банкротства организации указывают:

- в 2020 г. – 62,5% используемых моделей (5 из 8 моделей);
- в 2021г. – 87,5% используемых моделей (7 из 8 моделей);
- в 2022г. – 37,5% используемых моделей (3 из 8 моделей);
- в 2023 г. – 37,5% используемых моделей (3 из 8 моделей).

Учитывая большой разброс результатов при использовании разных моделей, полагаем нецелесообразным осуществлять оценку вероятности банкротства российской организации на основе только одной модели. Для получения заслуживающего доверия результата необходимо использовать, как минимум, по одной модели из каждой выделенной нами группы.

Таким образом, проведенное исследование показывает, что представленные модели могут быть использованы для прогнозирования вероятности банкротства российских организаций. Но для получения достоверной оценки необходимо использование, как

минимум, четырех моделей с последующим согласованием их результатов. При этом определение подхода к процессу согласования результатов оценки разными моделями требует дополнительных исследований.

Литература и источники

1. Лямкин, И. И. Снижение риска банкротства на основе использования моделей оценки вероятности банкротства предприятий в Российской экономике / И. И. Лямкин, О. И. Шершнева // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 6-1. – С. 80-84.
2. Springate, Gordon L.V., “Predicting the Possibility of Failure in a Canadian Firm”. Unpublished M.B.A. Research Project, Simon Fraser University, January 1978.
3. Altman E. Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of corporate bankruptcy // Journal of Finance. 1968. Vol. 23, No. 4, (September 1968) – P. 589-609.
4. Taffler, R. J Forecasting company failure in the UK using discriminant analysis and financial ratio data//Journal of the Royal Statistical Society: Series A (General) 145 (3), 1982 – P. 342-358.
5. Верещагина, Л. С. Применение модели Чессера в анализе кредитоспособности предприятий / Л. С. Верещагина, И. Ю. Выгодчикова // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. – 2012. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-modeli-chessera-v-analize-kreditosposobnosti-predpriyatiy> (дата обращения: 10.04.2024).
6. Fulmer, John G. et al.: A Bankruptcy Classification Model For Small Firms. Journal of Commercial Bank Lending, 1984.– P. 25-37.
7. Зайцева, О. П. Антикризисный менеджмент в российской фирме / О. П. Зайцева // Аваль. (Сибирская финансовая школа), 1998.
8. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: учебник / Г. В. Савицкая. – 14-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2011.
9. Дубровина, А. А. Анализ моделей прогнозирования банкротства в современных условиях А. А. Дубровина // Economics. – 2019. – №5 (43). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-modeley-prognozirovaniya-bankrotstva-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 10.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Лямкин И.И., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 316.016

КУЛЬТУРА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Шумкин Е.М.

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»
9100020@bk.ru

Аннотация. Закон о банкротстве является законом о генезисе новой социальной и экономической реальности для субъектов предпринимательства. Его успех обусловлен систематизацией устойчивых алгоритмов управленческого поведения в судебной практике, для навигации практикам, арбитражным управляющим в том числе, необходимой в делах о банкротстве бизнес-организаций.

Ключевые слова: социология управления, правовая культура, банкротство.

Законодатель предусмотрел весьма абстрактный объём необходимых компетенций для арбитражного управляющего, благодаря чему, ему приходится наращивать их массу самостоятельно, для выявления и исследования закономерностей, эффективно определяющих характер сферы банкротства, причинно-следственные связи отношений арбитражного управляющего и кредиторов должника [1, 20]. Предполагается, что такой подход сформирует вектор антикризисного мышления и культуры управления. Основным вопросом, требующим разрешения, при этом, является установления момента управленческого дефолта – объективного банкротства, спровоцировавшего уже экономический дефолт.

Отдельное внимание стоит обратить на процедуру наблюдения, которую стоит рассматривать в контексте стратегического планирования мероприятий в процедуре конкурсного производства, так как в самом конкурсном производстве выстраивать процедурную и коммуникационную стратегию малоэффективно. Арбитражному управляющему, в первую очередь, нужно исполнить все процедурные моменты, это «правильная» коммуникативная стратегия отвечает за то, что не в состоянии урегулировать принцип соблюдения баланса интересов, заложенный законом о банкротстве [2, 117].

То есть, ни система взаимодействия органов государственной власти, ни система внешних экстерналий превентивно ею транслируемых для предпринимательской среды, в частности, не способна заменить партнёрские взаимоотношения, раскрывающие одну из сторон содержания этого баланса, между должником, арбитражным управляющим и кредиторами, так как должник – это механизм, состоящий из человеческого капитала и объема наработанных им общественных отношений.

Задачей арбитражного управляющего является увидеть истинные интересы кредиторов, выявить союзные интересы непрофессиональной массы кредиторов, сепарировать их от аффилированных лиц (групп) и сбалансировать общую массу интересов на основе принципа сдерживания и противовесов, угнетающих экономическое положение должника и его добросовестных кредиторов. Процедурно, объём прав временного управляющего, миноритарен по отношению к управленческому функционалу органов управления должника, что не должно объяснять его процессуальную пассивность, например, при установлении обоснованности требований кредиторов.

Сознательное стремление руководителя должника пренебречь нормами банкротного права и вступить в правоотношения ответственности с государством, рассматривается судами как недобросовестное поведение, направленное на нарушение прав и законных интересов лиц, участвующих в деле в виде потенциала причинения убытков (реальных или вероятностных). Такой подход руководителя должника связан с ошибочным представлением о процедуре наблюдения, которая предназначена для транспарентного разрешения возникших экономических (внешних и внутренних) противоречий в отношениях с кредиторами (уполномоченным органом) и достижения оптимального компромисса [3, 323].

Это требует высокого уровня правовой культуры органов управления должника, стимулирования организационной и управленческой культуры должника, направленного на достижение целей процедуры наблюдения.

Литература и источники

1. Федеральный закон «О несостоятельности «банкротстве» от 26.10.2002 №127-ФЗ
2. Шершеневич, Г.Ф. Конкурсное право. Второе издание. (Раздел II, «Общие понятия о несостоятельности», Глава I «Определение несостоятельности»). Казань. Типография Императорского университета, 1898
3. Султанов, А. З. Борьба за правовую определенность или поиск справедливости / А. З. Султанов [Электронное издание]. М.: М-Логос, 2017. – С. 664.

УДК 338 : 331.56

АНАЛИЗ ЗАНЯТОСТИ И БЕЗРАБОТИЦЫ В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ КАК ФАКТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

Ягодкина В.А.

Ставропольский многопрофильный колледж
eka_yagodkina@icloud.com

Аннотация. На современном этапе развития отечественной и мировой экономики возникла ситуация, когда часть трудоспособного населения, способного и, главное желающего трудиться, остается без работы, при этом на рынке труда имеются вакансии, которые остаются незаполненными. Таким образом, безработица выступает одной из ключевых проблем современного общества. Более того, безработица выступает как одна из основных угроз экономической безопасности страны. В статье рассматриваются основные характеристики и современный уровень безработицы в Ставропольском крае.

Ключевые слова: экономическая безопасность, экономически активное население, безработица, занятость.

Одной из важнейших составляющих современной экономики является рынок труда. Он, как и любой другой рынок, развивается по законам спроса и предложения, которые составляют его функциональное назначение. Также известно, что труд представляет из себя не предмет, а динамическое явление, которое изменяется во времени и при этом, обеспечивает производство товаров и услуг. В свою очередь труд занимает важное место в жизни всего общества. Трудовые ресурсы в экономике и их пользование происходит в форме занятости. В сегодняшнее достаточно непростое время вопросы связанные, с рынком труда, а именно с занятостью и безработицей, выходят на первый план и их решение является важнейшей проблемой во всем мире.

Ставропольский край занял 65 место из 85 по уровню безработицы в 2023 году [4].

По данным Ставропольстата, в 2023 году по сравнению с 2022 годов уровень безработицы в Ставропольском крае снизился на 1,14 % (рис. 1).

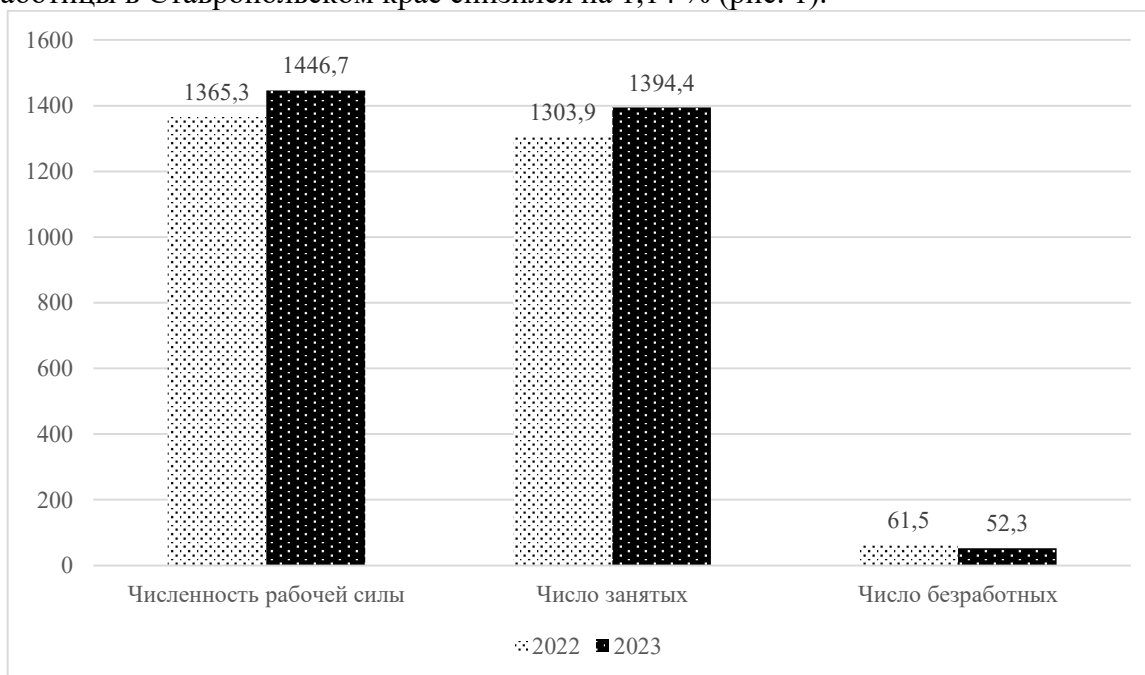


Рисунок 1 – Занятость и безработица в Ставропольском крае в 2022-2023 годах, тыс. чел.

В 2022 году уровень безработицы достигал 4,5 %, а в 2023 году составил 3,36 %. Кроме того, в декабре 2022 года согласно данным выборочного обследования рабочей силы [2, 3], численность рабочей силы составила 1365,3 тысячи человек, а в 2023 году показатель увеличился на 81,4 тысячу человек и превысил показатель 2022 года на 5,96 %. При этом число занятых увеличилось в 2023 году на 90,5 тысяч человек и превысил показатель 2022 года на 6,94 %, а число безработных снизилось на 9,2 тысячи человек (на 14,96 %).

По данным Министерства труда и социальной защиты населения Ставропольского края [2, 3], уровень зарегистрированной безработицы составил 0,6 % в 2022 году и 0,4 % в 2023 году. Число безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости населения СК в 2023 году по сравнению с предыдущим годом, снизилось на 2,1 тысячи человек, то есть более чем на 25% (рис. 2). Число получающих пособие по безработице снизилось в 2023 году на 1,4 тысячу человек, то есть на 23,33 тысячи человек.

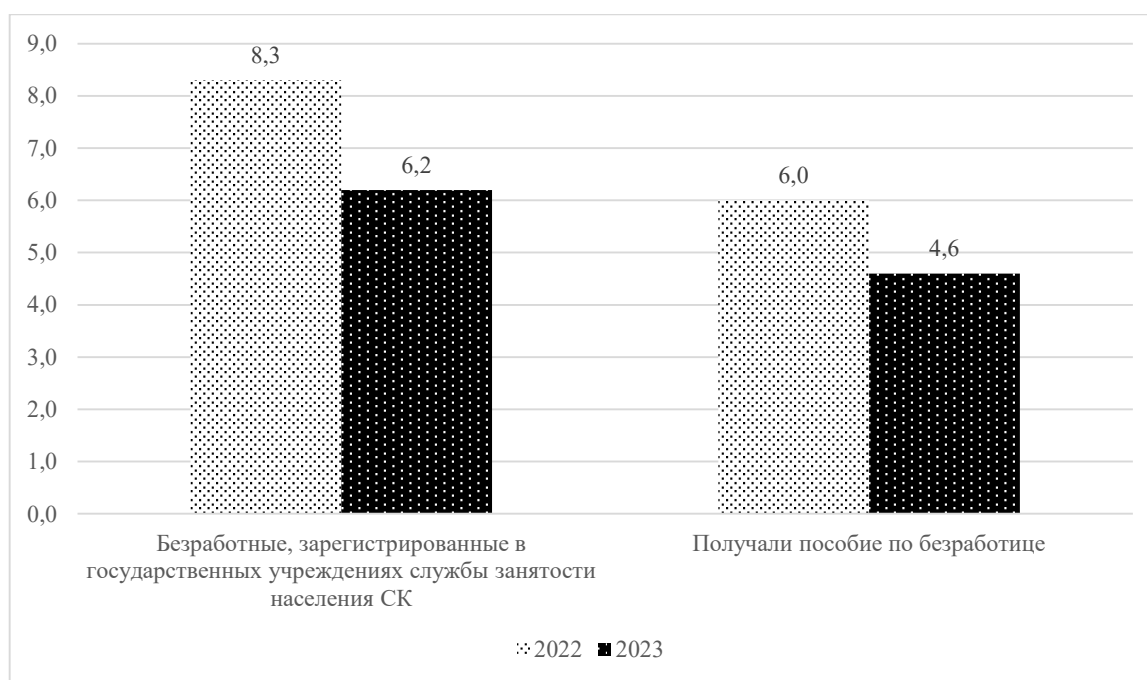


Рисунок 2 – Безработица в Ставропольском крае в 2022-2023 годах, тыс. чел.

Согласно данным аналитического обзора Исследовательского центра портала Superjob.ru [5], наиболее востребован персонал в следующих отраслях: Промышленность и производство, где требуются квалифицированные рабочие, инженерно-технические работники (ИТР), мастера цехов и участков работ. В этой отрасли прирост количества вакансий за 2023 год по сравнению с 2022 составил 47 %. Вакансий в промышленности за год стало почти в 1,5 раза больше [5].

Следующей отраслью, где вырос спрос на персонал является строительство, проектирование, недвижимость, где прирост количества вакансий за 2023 год по сравнению с предыдущим составил 31 %. В данных сферах деятельности прежде всего требуются квалифицированные рабочие, ИТР, производители работ.

Третье сферой деятельности по количеству вакансий является ритейлер, где наиболее востребованы кассиры, продавцы-консультанты, администраторы магазинов. Прирост количества вакансий за 2023 год в этой сфере составил 14 %.

На транспорте, логистике, складе, ВЭД наиболее востребованы водители грузовых автомобилей, машинисты спецтехники, складские работники и прирост количества вакансий за 2023 год в данной сфере составил 43 %.

По данным того же исследования портала Superjob.ru [5], наиболее востребованными и, следовательно, высокооплачиваемыми вакансиями среди ИТР выступили инженер-технолог

пищевого производства, средняя месячная зарплата – 62000 рублей, инженер по качеству пищевого производства (средняя месячная зарплата 57000 рублей) и инженер по ремонту оборудования с аналогичной заработной платой. В промышленности это инженер производственно-технического отдела и инженер-геодезист (средняя зарплата за месяц – 70000 рублей), инженер-строитель (средняя заработная плата за месяц – 75000 рублей).

В производстве товаров народного потребления наиболее востребованными рабочими специальностями являются оператор станков с ЧПУ и токарь (средняя заработная плата за месяц – 65000 рублей), слесарь монтажно-сборочных работ (средняя заработная плата за месяц – 50000 рублей). В промышленном строительстве наиболее востребованы машинисты экскаватора (средняя заработная плата за месяц – 75000 рублей), электрогазосварщики (средняя зарплата за месяц – 67000 рублей), электромонтажники (средняя зарплата за месяц – 60000 рублей).

Среди вакансий в сфере розничных продаж в крае в 2023 году наиболее востребованы администраторы магазинов (средняя заработная плата в месяц 43000 рублей), продавцы-консультанты (средняя заработная плата в месяц 37000 рублей), кассиры (средняя зарплата в месяц 35000 рублей).

Спрос на персонал в транспортно-логистической отрасли наибольший по следующим специальностям: водитель большегрузного транспорта (средняя месячная зарплата 80000 рублей), водитель-курьер (средняя месячная зарплата 55000 рублей) и водитель погрузчика (средняя месячная зарплата 50000 рублей).

Как отмечают краевые СМИ, «по данным Минтруда Ставрополья, в списке регионального перечня востребованных на рынке труда профессий – 50 наименований» [4]. К ним относятся такие специальности, как «мастер отделочных строительных и декоративных работ; мастер по ремонту и обслуживанию инженерных систем жилищно-коммунального хозяйства; сетевое и системное администрирование; информационные системы и программирование; инфокоммунальные сети и системы связи; оператор станков с программным управлением; сварщик (ручной и частичной механизированной сварки); оператор информационных систем и ресурсов» [4].

Названные выше тенденции сохраняются и в 2024 году, так по данным Ставропольстата в январе-феврале текущего года численность безработных составила соответственно 5858 и 5783 тысяч человек соответственно [1]. Потребность в работниках, заявленная работодателями в органы службы занятости населения, составила соответственно 34906 и 35421 тысяч человек. Уровень безработицы за первых два месяца текущего года не изменился и составил 0,4 %.

Литература и источники

1. Официальный сайт Управление федеральной службы государственной статистики по СКФО [Электронный ресурс]. – URL: 26.rosstat.gov.ru
2. Основные показатели социально-экономического положения Ставропольского края за январь-декабрь 2022 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://26.rosstat.gov.ru/folder/188297>
3. Основные показатели социально-экономического положения Ставропольского края за январь-декабрь 2023 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://26.rosstat.gov.ru/folder/188297>
4. Чернова, А. Уровень безработицы и самые востребованные профессии: что стало с рынком труда в 2023 году на Ставрополье [Электронный ресурс]. – URL: <https://bloknot-stavropol.ru/news/uroven-bezrabotitsy-i-samye-vostrebovannye-profess-1683935>
5. Рынок труда Ставропольского края в 2023 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.superjob.ru/research/articles/114409/rynok-truda-stavropolskogo-kрая-v-2023/>

Научный руководитель – преподаватель, Мохова Е.А., Ставропольский многопрофильный колледж

СЕКЦИЯ 4 СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

УДК 331.108

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ОЦЕНКУ КАДРОВЫХ РИСКОВ

Абрагимова Д.В.

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет путей сообщения»,
Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал
abragimova.d@outlook.com

Аннотация. В данной статье раскрывается влияние процессов цифровизации на оценку кадровых рисков. В первой части статьи дается определение кадровых рисков, описывается классификация кадровых рисков. Далее рассматриваются особенности применения цифровых технологий на примере найма сотрудников. Сначала раскрывается сущность найма и его процессов. Далее дается характеристика программных продуктов, которые могут использоваться при найме персонала.

Ключевые слова: кадровые риски, риск-менеджмент, найм, персонал, цифровизация, цифровые технологии, искусственный интеллект.

В настоящее время наблюдается стремительное развитие процессов цифровизации. Цифровая трансформация затронула все сферы деятельности человека, включая и сферу риск – менеджмента.

Сначала рассмотрим, что такое «кадровые риски». Так, эффективность работы любого предприятия в большей степени зависит от персонала, работающего на этом предприятии. Поэтому вопросу управления кадровыми рисками в настоящее время уделяется большое внимание. Однако в научной литературе нет единого подхода к определению понятия «кадровые риски». Данный термин учёными рассматривается с разных точек зрения, которые отражены на рисунке 1 [1, с. 75].



Рисунок 1 – Подходы к определению понятия «кадровые риски»

Кадровые риски «характеризуются противоречивостью, альтернативностью, неопределенностью, опасностью, подверженностью и уязвимостью» [2, с. 3].

Своевременное выявление кадровых рисков позволяет уменьшить их негативное влияние и управлять ими. Выявить кадровые риски не легкий процесс. Поэтому многие учёные пытаются классифицировать кадровые риски по разным признакам.

И. И. Цветкова определяет две группы кадровых рисков: внутренние и внешние. Автор относит к внутренним кадровым рискам риски, связанные с индивидуальными особенностями работника, а к внешним кадровым рискам – с неэффективным управлением персоналом. Внутренние риски Цветкова разделяет на: «биологические, социально-психологические, моральные, интеллектуальные, неблагонадежности» [3, с. 40].

Наиболее полная классификация представлена у А. Е. Митрофановой. Александра Евгеньевна разделяет кадровые риски по следующим признакам: «1) по сфере локализации; 2) по источникам риска; 3) по объекту риска; 4) по систематичности проявления; 5) по результатам деятельности; 6) по видам деятельности; 7) по возможным размерам ущерба; 8) по степени регулярности потенциального проявления; 9) по степени чувствительности к кадровым рискам различных групп заинтересованных лиц; 10) по степени правомерности; 11) по причинам возникновения» [4, с. 14].

Кадровые риски существуют на всех этапах работы с персоналом. Использование цифровых ресурсов в управлении персоналом позволяет снизить возможность возникновения кадровых рисков в компании.

Рассмотрим особенности использования инструментов цифровизации в управлении кадровыми ресурсами предприятия на примере такой процедуры, связанной с кадрами, как найм.

Найм представляет собой выполнение определенных действий на привлечение кандидатов с качествами, необходимыми для достижения целей компанией. Найм включает в себя три процесса: 1) поиск кандидатов на должность (набор), 2) отбор и 3) приём на работу специалиста. Набор представляет собой систему инструментов (мер) для привлечения кандидата в организацию. Отбор – изучение кандидатов на должность, выбор кандидатуры, которая наибольшим образом соответствует должности. Приём на работу – это включение работника в производственные процессы, сюда также относят и адаптацию кандидата на новом рабочем месте [5].

При оценке кандидатов на должность учитываются профессиональные и психологические качества, мотивацию к работе. В настоящее время все больше и больше работодателей учитывают при приеме на работу фактор благонадежности [6]. Иногда наличие неблагонадежных качеств перекрывает фактор профессионализма кандидата, и работодатель не принимает такого человека на работу.

Кадровые риски, связанные с фактором благонадежности [6]:

- 1) наличие зависимости (алкогольная, наркотическая, игровая и т.д.);
- 2) нарушение закона (наличие судимости);
- 3) склонность к конфликтам;
- 4) радикальность убеждений (фанатизм, национализм и т.д.);
- 5) приверженность к какой-либо секте;
- 6) склонность к нарушению трудовой дисциплины и должностных обязанностей.

Кроме вышеперечисленных кадровых рисков, в зависимости от специфики предприятия, при приеме на работу могут учитываться такие кадровые риски [6]:

- 1) наличие крупных долговых обязательств;
- 2) болезнь;
- 3) склонность к разглашению служебной информации;
- 4) совершение хищения на прошлом рабочем месте;
- 5) подделка документов.

Некоторые из выявленных кадровых рисков являются обязательными при приеме кандидата на отдельные должности, законодательно имеющие определенные ограничения (например, частный охранник, педагог) [6].

Использование цифровых технологий при найме кандидатуры на должность значительно облегчает работу специалиста по кадрам, а также снижает возможность возникновения

кадровых рисков. Характеристика программных продуктов, которые используются при приеме сотрудника на работу, представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристика программ, используемых в найме сотрудников

Название программного продукта	Краткое описание
Программное обеспечение iMocha	Оценка навыков кандидата проходит на специальной платформе с помощью прохождения тестов. Программа ведет контроль за тестируемым (аудио- и видеонаблюдение). Если кандидат пытается использовать браузер, то программа блокирует экран. Отчет о прохождении теста направляется работодателю. Если кандидат понравился, то работодатель приглашает его на собеседование
Программное обеспечение компании Harver	Оценивает кандидата искусственный интеллект по критериям, установленным работодателем. Такая оценка является объективной
Программное обеспечение компании Vervoe	Сначала с помощью вопросов и тестов оцениваются умения и навыки кандидата по критериям, установленным работодателем. Данная программа имеет не только большую базу заданий и тестов, но также можно создать собственные задания. После того, как кандидат ответит на вопросы, он приглашается на собеседование
Продукт компании HireVue	Искусственный интеллект проводит видео собеседование с кандидатом, в ходе которого оцениваются его речь, мимика и то, что он говорит. Работодатель определяет вопросы и задания для собеседования. По результатам собеседования кандидату выставляется оценка. Ранжированный список кандидатов подается в отдел кадров. Сокращается время найма сотрудника, выявляются лучшие кандидаты
Программное обеспечение Pymetrics	Оценка качеств кандидата (сосредоточенность, умение принимать решения и другие) происходит с помощью участия в игре. После того, как кандидат пройдет игру, он приглашается на собеседование. Программа сохраняет данные о кандидате в базе данных. Также кандидату могут рекомендовать профессию, которая наилучшим образом подходит для его данных. Компания имеет 12 запатентованных игр.

Таким образом, использование цифровых технологий в найме персонала имеет большие возможности. Так работодатель значительно сокращает время найма сотрудника, оценка кандидата носит объективный характер. Искусственный интеллект, оценивающий кандидата, опирается на параметры, установленные работодателем. Однако использование программного продукта для оценки кадров требует больших вложений от работодателя на его приобретение. Поэтому для маленьких компаний, государственных организаций использование цифровых технологий в найме сотрудников является мало возможным.

Литература и источники

1. Широковских, С. А. Инструментарий оценки влияния HR-рисков на развитие персонала промышленных предприятий / С. А. Широковских, Н.В. Лясников // BENEFICIUM. – 2021. – № 1(38). – С. 73-82.
2. Парчук, Д. С. Исследование кадровых рисков в современной организации / Д. С. Парчук // Векторы благополучия: экономика и социум. – 2023. – № 1 (48). – С. 1 – 14.
3. Цветкова, И. И. Классификация кадровых рисков [Электронный ресурс] / Режим доступа - <https://clck.ru/3ABocV> - (дата обращения 19.04.2024).
4. Митрофанова, А. Е. Концепция управления кадровыми рисками в работе с персоналом организации [Электронный ресурс] / Режим доступа - <https://clck.ru/344FdY> - (дата обращения 19.04.2024).
5. Лопатина, Н. А. Отбор и найм персонала (сущность найма на работу, внутренние и внешние источники найма) [Электронный ресурс] / Режим доступа - <https://clck.ru/3ABojc> (дата обращения 19.04.2024).
6. Карпов, О. Е. Основные виды кадровых рисков у кандидатов на трудоустройство рисков [Электронный ресурс] / Режим доступа - <https://clck.ru/3ABooU> - (дата обращения 19.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Данилова А.С., ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет путей сообщения», Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал

УДК 331.101

ДОСТОЙНЫЙ ТРУД: ПОНЯТИЕ И ИЗМЕРЕНИЕ

Антонова Е.Ю.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
ms.lena.antonova.00@bk.ru

***Аннотация.** В статье рассмотрено понятие «достойный труд» и подходы к его измерению. Несмотря на то, что до настоящего времени не выработано единое понимание исследуемого понятия, широкое применение нашли соответствующие критерии, предложенные Международной организацией труда, которые характеризуют труд как достойный. «Достойный труд» как самостоятельная категория в России используется для характеристики уровня дохода и социальной защищенности работников, безопасных условий труда и равных прав на труд с применением соответствующих индикаторов и показателей.*

***Ключевые слова:** достойный труд, права работников, безопасность труда, справедливая оплата труда, права на отдых, социальные гарантии, неформальная занятость, теневой сектор экономики.*

В современных реалиях и в условиях стремительного развития научно-технического прогресса в сфере труда востребованным стало применение такого оценочного понятия как «достойный труд». Впервые тема достойного труда была озвучена в 1999 году на сессии Международной организации труда (далее – МОТ), которая создана Обществом Объединенных наций. Генеральным директором МОТ Х.А. Сомавиа было озвучено, что под достойным трудом следует понимать осуществление деятельности в условиях свободы,

равенства, а также обеспечения безопасности труда и уважительного отношения к работнику [2, с. 7-9].

Деятельность МОТ направлена на популяризацию развития прав трудящихся и достойной занятости, определения равных прав работников, работодателей и правительства. Кроме того, МОТ отмечает, что необходимо добиваться учета мнений социальных партнеров при формировании трудовых норм и разработке государственной политики в сфере труда.

В настоящее время в отношении определения понятия и критериев достойного труда ведется широкая дискуссия, и не выработаны единые подходы. Большой интерес представляет достигнутый прогресс при оценке данного понятия российским научным сообществом и закреплению основных положений в нормативно-правовых актах.

Так, в статье 7 Конституции Российской Федерации закреплены основные положения в части социальной политики государства, заключающиеся в необходимости создания условий, которые должны обеспечивать достойную жизнь и свободное развитие человека [3].

В соответствии со статьей 2 Трудового кодекса Российской Федерации в качестве принципов правового регулирования трудовых отношений отражено наделение работников правами на справедливые и безопасные условия труда, на отдых, на своевременную выплату справедливой заработной платы, а также на защиту достоинства работника при осуществлении трудовой деятельности [8].

В «Основных направлениях бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов», которые утверждены Минфином России, в части обеспечения достойного, эффективного труда и успешного предпринимательства и в целях ускорения темпов экономического роста необходимо добиться роста качества инвестиций в основной капитал; увеличения уровня занятости, включая малое и среднее предпринимательство; обеспечения высокой конкурентоспособности российской экономики [5].

Кроме того, в России утверждены и реализуются государственные программы, в том числе «Развитие здравоохранения на 2018 - 2024 годы» [7], «Содействие занятости населения на 2021 - 2024 годы» [6] и другие.

Необходимо, чтобы право на достойный труд было гарантировано не только государством, но и было реализовано коллективным правом, в том числе путем участия работников в управлении организацией и профессиональном союзе. Таким образом, работник будет вовлечен в процесс ведения коллективных переговоров и, соответственно, в формирование важных положений коллективных договоров. К сожалению, в России наблюдается снижение количества профсоюзных объединений по причине их неэффективной работы. Деятельность профсоюзов должна быть нацелена на защиту прав работников, при этом фактически они действует в интересах работодателей и решают иные вопросы, которые не связаны с решением трудовых проблем (организация праздничных мероприятий, политических акций и иные).

В соответствии с «Генеральным соглашением между общероссийскими объединениями профсоюзов, общероссийскими объединениями работодателей и Правительством Российской Федерации на 2021 – 2023» годы (далее – Генеральное соглашение) выработаны Индикаторы достойного труда, в том числе рекомендованные МОТ [1]. Проведенным анализом показателей, которые закреплены в Приложении № 3 к Генеральному соглашению, в России выявлена следующая динамика показателей «Достойного труда» за период с 2002 по 2022 годы [4]:

Так, по данным Росстата доля занятых лиц в общей численности населения в 2022 году составило 59,8%, что на 5,1% меньше аналогичного показателя 2012 года и меньше на 0,4% показателя 2002 года. Кроме того, в структуре занятых за период 2002-2022 годы наблюдается рост доли занятости мужчин с 64,8% (2002 год) до 67,7% (2022 год) и соответственно снижение доли занятости женщин с 56,1% до 53,3 процентов. За анализируемый период наблюдается значительное снижение уровня безработицы с 7,9% до

3,9%. При расчете доли занятых и уровня безработицы в расчете учитывалась возрастная группа 15-72 лет до 2017 года и старше 15 лет после 2017 года.

Доля молодых людей, которая не учится, не работает и не приобретает профессиональных навыков в возрасте 15-24 лет в общей численности населения в 2022 году составляла 10,1%, что меньше аналогичного показателя 2002 года на 4,3 процентных пункта.

Отрицательной динамикой показателей достойной занятости за 2002-2022 годы является рост неформальной занятости на 4,4%. Так, если в 2002 году доля неформальной занятости составляла 14,2%, то к 2022 году она возросла до 18,6 процента. Рост неформальной занятости приводит к росту негативных последствий в виде: получения заниженной заработной платы и неполучения ее в случаях возникших конфликтов с работодателем; отсутствия гарантированных выплат при нахождении в отпуске, в период временной нетрудоспособности в связи с заболеванием; отсутствия социальных гарантий и пенсионных отчислений во внебюджетные фонды и иные последствия [4].

За анализируемый период доля занятых с чрезмерной продолжительностью рабочих часов (более 48 часов в неделю) снизилась с 6,8% в 2002 году до 2,8% в 2022 году, что является положительным моментом в процессе создания достойных условий труда.

По данным Росстата выявлено, что по итогам 2022 года доля привлеченных на работы детей в возрасте до 18 лет на опасные работы в общей численности детей составила 0,6%, что меньше аналогичного показателя 2002 года на 1,3 процентных пункта. Число лиц, занятых принудительным трудом и потерпевших от преступлений, предусмотренных статьей 127.2 УК РФ «Использование рабского труда» составило 5 человек в 2022 году [4]. Перед правительством нашей страны стоит задача снижения данных показателей до нулевых значений.

В части безопасных условий труда проведенным анализом установлено, что производственный травматизм на 100 000 работающих за 2022 год со смертельным исходом составил 5,3 чел., с несмертельным исходом – 95,4 чел., снижение составило по сравнению с 2002 годом соответственно 8,5 и 340,7 человек [4].

Неравенство в распределении доходов, рассчитываемое как соотношение между средними уровнями денежных доходов 10% населения с самыми высокими доходами и 10% населения с самыми низкими доходами составило в 2022 году 13,8%, что меньше показателя 2002 года всего на 0,2 процентных пункта [4].

Структура занятости населения по видам экономической деятельности за анализируемый период изменилась следующим образом: доля занятых в сельском хозяйстве и промышленности в 2022 году снизилась соответственно на 5,5 и 3,2 процентных пункта, при этом в сфере услуг доля работающих увеличилась с 59,1% в 2002 году до 67,9% в 2022 году. Указанная динамика связана с автоматизацией труда в сельском хозяйстве и промышленном производстве, при этом до настоящего периода имеется проблема нехватки квалифицированных кадров. Рост показателей промышленного производства и сельского хозяйства являются приоритетными государственными задачами, в том числе с целью снижения неформальной занятости и повышения ВВП страны [4].

Доля заработной платы в ВВП России составила в 2022 году 38,2%, что на 8,3 процентных пункта ниже показателя 2002 года и выше на 0,5 процентных пункта показателя 2012 года. За последнее десятилетие наметилась положительная динамика удельного веса оплаты труда, включая отчисления на социальное страхование к ВВП страны [4].

В Заключении необходимо отметить, что понятие «достойный труд» включает в себя политические элементы (признание государством), экономические (рост производительности труда, положительное влияние на ВВП страны, конкурентоспособность производимой продукции и оказываемых услуг), социальные (достойный уровень оплаты труда, социальные гарантии) и трудовые (безопасность труда, право на отдых, равные права работников и иные). Проведенным анализом показателей и индикаторов, позволяющих измерить уровень достойного труда, наблюдается положительная динамика в части

снижения доли безработицы, неравенства в оплате труда и снижения травматизма на производстве.

Концепция достойного труда отвергает существование теневого сектора экономики, так как работники не будут обеспечены достойной заработной платой, безопасностью труда и социальными гарантиями, при этом в России наблюдается отрицательная динамика, связанная с ростом неформальной занятости.

Литература и источники

1. Генеральное соглашение между общероссийскими объединениями профсоюзов, общероссийскими объединениями работодателей и Правительством Российской Федерации на 2021 - 2023 годы // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_381237/aa78541801a1cf8867fe174d1c15c212b7d47720/?ysclid=lv99nepqtk242156070 (дата обращения: 20.03.2024).

2. Ключева, Е. Профсоюзы - как они чувствуют себя сегодня: права на бумаге или на деле? / Е. Ключева // Управление персоналом. – 2022. – № 3. – С. 7-15.

3. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/?ysclid=lvdua3zh15361100031 (дата обращения: 20.03.2024).

4. Индикаторы Достойного труда // Федеральная служба государственной статистики [Офиц. сайт]. URL: https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Frosstat.gov.ru%2Fstorage%2Fmediabank%2Ffind_dtr_2024.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK (дата обращения: 20.03.2024).

5. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396691/?ysclid=lv99x0x6vt492470092 (дата обращения: 22.03.2024).

6. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 298 (ред. от 22.09.2023) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения» [Офиц. сайт]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162169/377c6dbb6a2a196b6810b40b11f39fb10909ff8f/?ysclid=lvdunkzub5792232397 (дата обращения: 07.04.2024).

7. Постановление Правительства РФ от 29.03.2019 N 380 (ред. от 11.12.2020) «О внесении изменений в государственную программу Российской Федерации «Развитие здравоохранения» [Офиц. сайт]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_322367/ (дата обращения: 07.04.2024).

8. Трудовой кодекс Российской Федерации // КонсультантПлюс: справочно-правовая система от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 06.04.2024) [Офиц. сайт]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/?ysclid=lvdugsu9lq847106305 (дата обращения: 10.04.2024).

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Морозова Е.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 331.103.3

ВРЕМЯ СТУДЕНТОВ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ

Бажуткина А.О.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

bazhutkina1203@gmail.com

***Аннотация.** Данная статья посвящена изучению бюджета времени студентов третьего курса института экономики и управления КемГУ и сравнению полученных данных с результатами аналогичного исследования, проведенного два года назад, среди этих же студентов, когда они были первокурсниками. Исследование позволило определить, что изменилось в распределении своего личного времени у обучающихся, в динамике за 2 года.*

***Ключевые слова:** управление временем, анализ, самоорганизация, студент, время, планирование.*

В современном мире, где время является важнейшим ресурсом, необходим максимально рациональный подход к его использованию. Быстрый темп жизни, многозадачность и многофункциональность деятельности зачастую обуславливают растерянность людей, низкую самоорганизацию, приводит к депрессии и другим психическим расстройствам. Подобные ситуации чаще встречаются в молодежной, в частности, в студенческой среде, поскольку обучающиеся в повседневной жизни сталкиваются с необходимостью выполнять множество разнообразных видов деятельности, а опыта эффективного использования времени не хватает. Чтобы управление временем было результативным, целесообразно знать инструменты управления временем и уметь планировать свои дела.

Чтобы изучить отношение к использованию личного времени студентами, в институте экономики и управления (ИЭУ) КемГУ в феврале 2024 г. было организовано анкетирование среди третьекурсников. Аналогичный опрос проводился и в марте 2022 г., когда эти студенты учились на первом курсе, что позволило изучить динамику отношения к параметрам времени. Во время каждого этапа анкетирования было опрошено по 60 человек. Среди опрошенных студентов большую долю занимали девушки – 73% в 2022 г. и 69% - в 2024 г. Участники исследования и в 2022 г., и в 2024 г. почти поровну поделились на обучающихся на контрактной основе (52% / 47%) и на бюджетной (48% / 53%). Стоит отметить, что большинство опрошенных проживали с родителями (57% / 45%), около четверти студентов жили в общежитии вуза (23% / 27%), десятая часть - снимали квартиру, а доля имеющих свое собственное жилье увеличилась (10% / 18%).

В ходе анкетирования студенты сначала поделились информацией, как они распределяют бюджет своего времени, и оказалось, что далеко не все этим довольны. Так, в 2022 г. были полностью удовлетворены тем, как используют свое время, 32% студентов, а в 2024 г. – только 23%. Чтобы изучить факторы, влияющие на неправильное распределение времени, респонденты отвечали на вопрос: «Что Вам мешает использовать свое время так, как хотелось бы?». Первое место по результатам опроса в 2022 г. занимали такие факторы, как неудобное расписание занятий (45%) и лень (45%). Второе место занял фактор невозможности, сложности отказаться от общения, развлечений на смартфоне, компьютере (35%); третье - большой объем учебной нагрузки (25%). В 2024г. ситуация немного изменилась: к первому месту присоединился такой фактор, как большой объем учебной нагрузки, и все три фактора, находящиеся на первом месте, составляли по 33% от числа опрошенных. Второе место досталось такой причине: необходимость совмещать работу и учебу (25%); третье - неумение планировать дела и время, неорганизованность (18%). Вероятно, изменения в рейтинге факторов, мешающих использовать свое время правильно,

повлияло то, что в 2024 г. по сравнению с 2022 г. студенты стали больше работать. В 2022 г. официально в будни подрабатывали 3 человека (5%), тратя на это по 3,3 часа в день, а в 2024 г. официально подрабатывали уже 8 человек (13%) по 6,4 часов в день. В выходные дни доля официально подрабатывающих выросла на 9% по сравнению с 2022 г., и время подработки выросло на 6 часов. Неофициальной подработкой на 1 курсе занимались 9 человек (по 3,25 ч. в день), а на 3 курсе - 12 человек (по 9 часов).

При анализе ответов на вопрос: «Сколько свободного времени (которым можно распоряжаться по собственному усмотрению, свободного от обязательных дел) Вы хотели бы иметь в среднем?», был обнаружены интересные факты: во-первых, студенты и в 2022 г., и в 2024 г. в усредненном варианте отметили одинаковые значения нехватки времени - в будние 5 часов, в выходные 9 часов; во-вторых, они назвали значительно меньший объем желаемого свободного времени, чем фактически имеют (например, в 2024 г. на досуговые занятия среднеарифметический респондент тратил 9,5 часа в будние дни и 12,9 часа - в выходные). Видимо студенты не до конца понимают, какое время считается свободным.

Для определения умения планирования своих дел студентам был адресован вопрос: «Фиксируете ли Вы запланированные дела?». В 2022 г. число респондентов, фиксирующих свою деятельность, составляло 50%, в 2024 г. оно выросло до 56%. А самый популярный способ регистрации дел - использование электронных гаджетов (около 60% опрошенных выбрали данный способ). Но примерно половина студентов не планируют свои дела или делают это очень редко. При этом около 80% опрошенных и ранее, и теперь хотели бы научиться использовать свое время рационально.

Проведенное в ИЭУ КемГУ двухфазное исследование показало, что, студенты за 2 года не научились управлять своим временем. С этим им могут помочь курсы по тайм-менеджменту, тщательное планирование своих дел, а также изучение количества времени, которое уходит на повседневные дела. Можно дать дополнительные рекомендации по рациональной организации временных затрат из арсенала тайм-менеджмента.

1. «Съесть по утрам лягушек». «Лягушка» - это дело, которые вам неприятно, либо его совсем не хочется выполнять. Планируя свои дела, следует так называемых «лягушек» выполнять в дообеденное время, так вы сможете реализовать это дело, не откладывая его на потом, и уже в течение дня вас не будет беспокоить мысль о неприятном вопросе.

2. «Резать слона на бифштексы». В данном случае «слон» - это большое дело, которое сложно выполнить сразу. Поэтому студентам, например, при подготовке рефератов, курсовых, ВКР и других объемных видов деятельности, следует разбивать их на этапы, т. е «резать на бифштексы».

3. Анализ. В конце проведенного дня следует обдумать, что сегодня успел выполнить, а на что не хватило времени, на что потратил слишком много времени. И планируя следующий день, следует учитывать ошибки предыдущего дня.

4. Метод Fresh or Fried. Данный метод заключается в том, что важные дела стоит планировать на утро, пока человеческий мозг не сильно нагружен. На вторую половину дня оставлять дела менее важные и сложные. Так можно избавиться от усталости в конце дня.

5. Система мотивации. В социологическом исследовании было выявлено, что главным фактором, мешающим рационально использовать свое время, является лень. Целесообразно придумать для себя систему поощрений. Например, если сегодня я выполню домашнюю работу, а не отложу ее на выходные, то в воскресенье смогу провести время с друзьями.

6. Хронометраж. В блокноте или в заметках в телефоне надо отражать все свои действия с точностью до минуты. Данный способ позволит отследить, насколько рационально используется время. Можно запланировать, например, на домашние дела 40 минут, на подготовку к занятиям 1,5 часа, а на время в телефоне 1 час в день, и ставить будильник, звонок которого будет сигналом о том, что пора переходить к новому действию [1].

Литература и источники

1. Архангельский, Г. А. Тайм-драйв: как успевать жить и работать. - 3-е изд., доп. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006.

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Морозова Е.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 331.5

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И МИГРАЦИОННЫЕ ПЛАНЫ СТУДЕНТОВ

Бердникова А.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
anastasiyadilos@mail.ru

Аннотация. В статье описываются результаты проведенного исследования профессионально-образовательных и миграционных планов студентов института экономики и управления КемГУ. Основу исследования составил опрос, по итогам которого были выяснены намерения студентов на дальнейшее образование или трудоустройство в Кемеровской области или за её пределами.

Ключевые слова: профессиональные планы, образовательные планы, миграция, образование, трудовая деятельность, трудовая миграция, образовательная миграция.

Анализ профессионально-образовательных и миграционных планов студентов является важной исследовательской темой, как для страны в целом, так и для отдельных регионов, особенно испытывающих дефицит трудового потенциала, таких как Кемеровская область – Кузбасс. Федеральным и региональным органам управления, работодателям, вузам необходимо понимать, каковы намерения такого важного источника пополнения кадровых ресурсов, как выпускники образовательных организаций высшего образования.

Профессионально-образовательное планирование — это процесс, направленный на определение специализации и профессионального направления студентов, для планирования карьерных шагов в будущем. Этот процесс осуществляется с учетом множества факторов, в том числе навыков, интересов, способностей личности [1, с. 137].

Миграция - территориальные перемещения, совершающиеся между разными населенными пунктами одной или нескольких административно-территориальных единиц, независимо от продолжительности, регулярности и целевой направленности [2].

В целях изучения профессионально-образовательных и миграционных планов студентов института экономики и управления КемГУ (ИЭУ) было проведено социологическое исследование среди старшекурсников в 2022 и 2024 гг. В марте 2022 года опросом были охвачены 72 студента 3 и 4 курсов, в феврале 2024 года - 84 студента 4 курса. В опросе приняли участие обучающиеся следующих направлений подготовки института: менеджмент (57% в 2022 г. и 29% в 2024 г.), экономика (20% и 36%), государственное и муниципальное управление (по 17%), торговое дело (8% в 2022 г.), экономическая безопасность (18% в 2024 г.). В 2022 году массив опрошенных состоял на 32% из юношей и 68% - из девушек; в 2024 году на 74% - из девушек и на 26% - из юношей. Обучающиеся на бюджетной основе в 2022 году среди опрошенных были представлены 60%, в 2024 году – 50%. Остальные студенты учились на контрактной основе.

В 2022 году большая часть опрошенных выразили желание продолжить обучение в вузе на более высоких уровнях образования. Более трети студентов намеревались после получения диплома трудоустроиться и больше не учиться, почти столько же – совмещать работу с дальнейшим обучением. Небольшая часть респондентов хотят получить еще одно высшее образование первой ступени. Среднее профобразование никого не заинтересовало. Ни оказалось и таких студентов, кто не пожелал ни работать, ни учиться. Но было несколько человек с иными намерениями и неопределившиеся.

В 2024 году ситуация серьезно поменялась: самым популярным стал ответ о работе без продолжения обучения – каждый второй студент намерен поступить соответствующим образом. Но треть опрошенных планируют совмещать работу и получение образования. При этом более четверти готовы поступить в магистратуру, несколько человек – получить второе образование другого профиля. Также следует подчеркнуть, что в последнем опросе выявлено больше студентов с неопределенными послевузовскими планами.

Специальности экономико-управленческого профиля имеют особенность: они востребованы на предприятиях и в организациях самой разной отраслевой направленности (за некоторым исключением, например, ГМУ). При изучении наиболее привлекательных сфер, отраслей экономики, в которых студенты хотели бы трудиться в будущем, были получены следующие результаты: и в 2022, и в 2024 году большая часть опрошенных сделали свой выбор в пользу финансовых, страховых и налоговых организаций (38% и 42% соответственно), на втором месте по популярности оказалось государственное, муниципальное управление (33% и 20%). В 2022 году далее следовали отрасли: торговля, общественное питание, бытовое обслуживание, сервис (24%); культура, спорт, досуг (22%); правоохранительная система (19%); связь, IT-технологии (19%); туризм, гостиничное дело (18%). В 2024 году достаточно популярными стали: связь, IT-технологии (20%); правоохранительная система (19%); торговля, общественное питание, бытовое обслуживание, сервис (17%). Наименее привлекательными сферами деятельности для студентов института экономики и управления КемГУ являются ЖКХ, социальное обслуживание, сельское хозяйство и некоторые другие.

В ходе опроса студенты поделились мнениями о тех отраслях экономики, в которых ощущается максимальный кадровый голод в высококвалифицированном персонале. Так, в 2024 году, по предположениям опрошенных, наибольшая потребность в квалифицированных кадрах существует в следующих отраслях: здравоохранение, образование, IT – технологии, строительство и сельское хозяйство. Хотя студенты называли и многие другие сферы труда.

Как было сказано выше, многие студенты намерены продолжить обучение после окончания бакалавриата/специалитета. Отвечая на вопрос о желаемом направлении (профиле) будущего образования, студенты чаще всего говорили о юриспруденции, экономике, государственном и муниципальном управлении, а также о менеджменте.

По результатам опроса, как в 2022 году, так и в 2024, большинство студентов имеют намерение подать документы в КемГУ (43% и 30% от общего числа опрошенных соответственно). Далее по уровню популярности, но с большим отставанием от вуза-лидера (в 3-4 раза) следуют университеты Новосибирской и Томской областей, города Москвы. По несколько человек в каждом из опросов отметили другие вузы Кузбасса или иных регионов, по одному человеку – зарубежные университеты.

Несмотря на то, что большинство студентов, желающих продолжить образование, намерены остаться для этого в стенах родного вуза, достаточно весомая часть обучающихся готовы покинуть Кемеровскую область для дальнейшего обучения. При анализе причин, обуславливающих нежелание поступать в образовательные организации Кузбасса, были выявлены следующие тенденции: в 2022 году главными причинами стали: престижность соответствующего университета (18% от общего числа респондентов); планы остаться жить в том регионе, где будет проходить обучение (13%); нежелание жить в Кузбассе (11%) и отсутствие подготовки по желаемой профессии (10%). При этом в 2024 году основной

причиной для переезда для обучения стало то, что человек после его окончания хочет остаться жить в данном регионе (7%). 5% студентов планируют поступить в более престижную образовательную организацию, а по 4% опрошенных просто хотят уехать из Кузбасса или считают, что в университете другого региона более хорошая материально-техническая база и более комфортные условия для обучения и проживания. Следует заметить, что снижение числа желающих продолжить образование после первой ступени, обусловило снижение и доли намеренных уехать из Кузбасса для обучения. Поэтому в 2024 году реже озвучивались причины образовательной миграции.

Для снижения потока образовательной миграции молодежи, важно понимать причины поступления студентов в вузы за пределами Кемеровской области, а также потенциальные барьеры сдерживания оттока. Большая часть опрошенных в 2022 и в 2024 году готовы изменить свои планы и продолжить обучение в Кузбассе, в случае если они не смогут поступить на бюджетное место (18% и 8% от общего числа респондентов соответственно). В 2022 году также важными причинами было то, что человек не сможет поступить ни на бюджетное, ни на платное место (8%), если будет высокий уровень расходов на проживание (8%), будут проблемы со здоровьем (7%) или не понравятся условия обучения и проживания (7%). В 2024 году на второе место вышла причина «если не понравятся условия обучения и проживания» (6%), на третье - «если не отпустят родственники в другой город, регион» (5%), на четвертое – «если будут проблемы со здоровьем» (4%), а причина «если не сможете поступить в образовательную организацию» стала волновать респондентов гораздо меньше (3%). Подчеркнем, что по 4% студентов в каждом из исследовательских этапов сказали, что никакие обстоятельства их не смогут остановить от отъезда для учебы в другие регионы.

Для привлечения студентов в вузы Кузбасса нужно знать, какие стимулы помогут этого добиться. Важно отметить, что для большинства опрошенных (по две трети в 2022 и 2024 гг.) главным мотивом закрепления в родном регионе является предоставление трудоустройства после окончания образовательной организации. Также в число значимых стимулов попали: дополнительные стипендии в течение первого года обучения; льготные ипотечные кредиты, займы; скидки на оплату обучения при условии контрактной подготовки. При этом «ипотечный» стимул за два года прибавил в весе, а «скидочный» уменьшился. Наименее важными для студентов кажутся моральные стимулы.

Для оценки уровня потенциальной миграции респондентам был задан вопрос о том, где они хотели бы жить и работать после окончания обучения. В 2022 году большая часть опрошенных планировали уехать в другой регион России (40%), а в Кузбассе хотели остаться 29%, при этом 26% - в городе Кемерово. На переезд в другую страну были нацелены 10% респондентов. А четверть студентов затруднились ответить на соответствующий вопрос. В 2024 году ситуация изменилась: почти половина опрошенных намерены остаться в Кемеровской области (49%), из них конкретно в Кемерово - 45%. В другой регион России хотели бы переехать 29% респондентов, 8% студентов желают жить в другой стране. Неопределившихся с планами на проживание стало меньше – 19%. Таким образом, миграционные настроения вузовской молодежи несколько снизили свой накал.

Для уменьшения потока миграции из Кузбасса, в первую очередь, нужно понимать, какие факторы влияют на переезд в другой регион. В качестве основных факторов студенты назвали следующие: плохую экологию в регионе; желание жить в более крупном, интересном, комфортном месте; низкий уровень жизни в Кемеровской области; недостаток возможностей для успешного трудоустройства, а также для личного и профессионального роста. Сравнение данных в динамике дает основание отметить, что за два года более заметно снизилась значимость таких причин, как низкий уровень развития экономики и социальной сферы региона, низкий уровень жизни населения, а повысилась – отсутствие личностных перспектив и удаленность города от центральной части России.

В заключении был проведен анализ студенческих мнений, что необходимо сделать, чтобы студенты после окончания обучения оставались жить и работать в Кузбассе. Среди

самых представительных оказались следующие условия: повышение уровня заработной платы (79% в 2022 г. и 77% в 2024 г.); создание новых рабочих мест (67% и 57%), условий для интересного досуга, мест для развития людей (50% и 43%); льготные возможности для приобретения жилья (42% и 58%); улучшение экологии (42% и 51%); расширение спектра и качества социальных услуг (42% и 45%), а также укрепление экономики региона (42% и 31%).

Литература и источники

1. Левицкая, И. А. Профессиональное самоопределение как социокультурный процесс / И. А. Левицкая // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. – №2. – С. 137.

2. Демографический понятийный словарь / Под ред. проф.Л.Л. Рыбаковского. – М.: ЦСП, 2003. – 352 с

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Морозова Е.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 005.1

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС КАК ФАКТОР ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕННОСТЕЙ РАБОТНИКОВ

Беспаликов В.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

vbespalikov@bk.ru

***Аннотация.** В статье рассмотрена проблема изменения ценностей сотрудников, вызванные научно-технической революцией. Приведены такие изменения в труде как повышение доли роботизации и автоматизации труда, применение искусственного интеллекта и их влияние на изменение ценностей работников. Рассматривается взаимосвязь развития научно-технического прогресса и изменения потребностей людей и возможности учета данных изменений при управлении производительностью труда.*

***Ключевые слова:** ценности работников, автоматизация труда, трудовая деятельность.*

Во все времена общество интересовало способы повышения эффективности выполнения разных видов деятельности. Особенно остро эта проблема стоит в управлении трудовой деятельностью. Целью исследования является изучение влияния системы ценностей человека на результативность его трудовой деятельности. Актуальность данной темы обусловлена тем, что развитие НТП существенно меняет характер и условия труда в различных сферах деятельности. На некоторых рабочих местах содержание трудовых функций изменилось существенно. Сами работники также меняются и в части требований к характеру труда и в части представлений о том, а какой труд приносил бы им наибольшую удовлетворенность.

Менеджмент компаний и сами работники разрабатывают различные пути совершенствования выполнения отдельных этапов работы. Большинство улучшений связаны с достижениями науки. Развитие технологий, появление искусственного интеллекта, увеличение доли автоматизации труда и трудовых процессов, заставляет исследователей все чаще обращаться к проблеме сокращения рабочих мест. Опасение, что роботы и

вычислительные механизмы заменят интеллектуальный и физический труд человека являются одной из актуальных проблем современного менеджмента. И.М. Алиев подчеркивает, что быстрое развитие технологий может привести к технологической сингулярности – гипотетического момента, когда технический прогресс окажется недоступным человеческому пониманию [1]. По мнению Горелова Н.А. причиной данных изменений является четвертая промышленная революция, основные отличия которой от предыдущих являются следующие [2]:

а) она основана на цифровой революции и сочетает разнообразие технологий, вызывающих беспрецедентные изменения парадигм в экономике, бизнесе, социуме, в каждой отдельной личности;

б) изменение не только того, «что» и «как» мы делаем, но и то, «кем» мы являемся;

в) предусматривает целостные внешние и внутренние преобразования всех систем по всем странам, компаниям, отраслям и обществу в целом;

г) вызывает прорыв в самых различных областях науки, обеспечивая синтез новых технологий и их взаимодействие в физических, цифровых и биологических доменах;

д) создает предпосылки для образования и функционирования искусственного интеллекта.

Все приведенные выше изменения в технологическом укладе человечества являются наиболее видимыми, вместе с тем, параллельно с развитием технологий одномоментно изменяется и жизнь человека. Э. Хайнс, кроме научно-технического прогресса, выделяет следующие изменения труда: смена индивидуальной системы ценностей и размытие границ между повседневными видами деятельности, изменение образа жизни [3]. На эти изменения накладывает отпечаток и смена поколений, между которыми есть существенные различия, особенно в системе ценностей.

Изменение системы ценностей является следствием роста материальных благ и их доступности (рис. 1). Многим из того, чем пользуется человек сейчас, нельзя было воспользоваться 10-30 лет назад. Типы ценностей влияют на предпочтения людей, их потребности и образ жизни. Все это отражается на ценности труда и отношения к нему.



Рисунок 1 – Типы ценностей

Источник: [3].

Если традиционные ценности были призваны обеспечить существование человека и обеспечивать его основные потребности, а современные ценности способствовали тому, что хороший труд дает возможность иметь больше хороших вещей в обществе потребления, то для носителей постмодернистских и интегральных ценностей это отходит на второй план, прежде всего, из-за доступности материальных благ. Им хочется быть более вовлеченным в собственную жизнь, больше уделять времени себе и семье, быть более свободными и независимыми от обстоятельств. Люди с постмодернистскими и интегральными ценностями требуют качественно иных условий труда, среди которых:

- а) удаленное рабочее место;
- б) гибкий график работы;
- в) сокращенная рабочая неделя;
- г) замена физического труда на интеллектуальный;
- д) использование искусственного интеллекта для ускорения трудовых процессов.

Размытие границ между повседневной жизнью и работой является важным показателем в отношении к труду современного человека. Работникам не только важно комфортно работать и обеспечивать достойный уровень дохода, но и то, чтобы работа развивала их как личность. Становится важным, чтобы работа позволяла совмещать трудовую деятельность со следующими видами:

- а) обучение;
- б) проведение интересного досуга;
- в) сохранение высокого уровня здоровья и качества жизни;
- г) общение с людьми, близкими по интересам;
- г) сохранение постоянной вовлеченности в трудовой процесс.

Автором было проведено исследование методом анкетного опроса на рабочем месте по репрезентативной выборке на промышленном предприятии строительной индустрии, в котором респондентам было предложено распределить двенадцать жизненных ценностей в порядке от наиболее важного, по их мнению, до наименее значимых. Полученные результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Распределение жизненных ценностей сотрудников по степени важности

Жизненные ценности	№ места
Общественное признание (уважение окружающих и коллектива)	1
Интересна работа	2
Материальное благополучие	
Отдых и развлечения	3
Получение новых знаний	
Счастливая семейная жизнь	4
Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)	5
Общение с друзьями, интересными людьми	6
Здоровье	7
Уверенность в себе (свобода от внутренних противоречий, сомнений)	8
Творчество	9
Независимость в поступках и действия	10

Из результатов анкетирования видно, что пятью наиболее важными ценностями являются: общественное признание, интересная работа, материальное благополучие, отдых и развлечения, а также получение новых знаний. Если обобщить эти ценности, то можно представить, что современный работник видит главным для себя в жизни интересную ему работу, обучение и получение новых знаний, при этом ему важно быть материально обеспеченным и признанным в обществе, а также иметь возможность отдыхать и интересно проводить время. Наши результаты совпадают с мнением исследователей, о которых говорилось выше в данной статье. Исследование позволило нам понять и убедиться в том, что важно для современного человека. Руководителям необходимо уделять большее внимание получению обратной связи в процессе управления. Только при наличии актуальной информации от объекта управления можно учитывать современные ценности работников в создании условий для труда и систем стимулирования, которые неизбежно происходят в связи с техническим перевооружением производств.

Отметим, что изменение ценностей, а также размытие границ между работой и повседневной жизни, зачастую упускается современными исследователями труда и

работодателями. Данные показатели показывают, что в настоящее время происходит изменение не только технологий, но и вместе с ним современного человека. Боязнь сокращения рабочих мест из-за применения роботов и искусственного интеллекта не учитывает, того факта, что с появлением новых технологий будут появляться новые профессии и потребности человека, для обеспечения которых также будет необходим новые виды труда. Вероятнее всего, научно-технический прогресс будет способствовать обучению новым профессиям, повышению требований к квалификации персонала, а также способствовать созданию новых рабочих мест. Понимание изменений в человеческих ценностях, жизненных установках в совокупности с технологическими изменениями, позволит работодателям развиваться и быть конкурентоспособными в современном мире.

Литература и источники

1. Алиев, И. М. Влияние технологии искусственного интеллекта на рынок труда в России [Текст] / И. М. Алиев // Журнал правовых и экономических исследований. – 2019. №4. – С. 7-12.
2. Горелов, Н.А. Интенсивность и производительность труда в контексте сокращения рабочей недели в России [Текст] / Н.А. Горелов // Экономика труда. М. – 2019. – Т. 6.– № 4. – С. 1285-1298.
3. Хайнс, Э. Как подготовиться к «безработному» будущему [Текст]/ Э. Хайнс // Форсайт. М. – 2019. – № 1. – Т. 13. – С.19-30.

Научный руководитель – канд. экон. наук., доц. Бельчик Т.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 316.334.23

ГОТОВНОСТЬ СТУДЕНТОВ К ОТКРЫТИЮ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА

Вахрушева Е.К., Зулина М.В.

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»
samovarchik04@mail.ru, mariazulina46297@gmail.com

Аннотация. В статье была исследована мотивация предпринимательской деятельности среди студенческой молодежи, а также формирующие ее факторы. Наряду с этим была выявлена степень готовности молодежи к открытию собственного бизнеса и взгляд молодежи на предпринимательство в целом.

Ключевые слова: бизнес, предпринимательство, трудоустройство, молодежь.

В связи с технологическим прогрессом и глобализацией общества предпринимательство становится актуальным видом деятельности для молодежи. Стоит отметить, что молодое поколение еще во время обучения задумывается об открытии собственного бизнеса. Данное желание подкрепляется со стороны учебных учреждений и государства путем проведения различных мероприятий и конкурсов, а также предоставления грантов на развитие бизнеса и создания предпринимательских объединений.

Молодежному предпринимательству также способствует цифровизация экономики, которая, по мнению Е. А. Лазарева, признана ключевым инструментом экономического развития [1, с. 118]. Так, быстрорастущая популярность интернет-магазинов и маркетплейсов предоставляет предпринимателям легко преодолеть входные барьеры на рынок, вследствие чего увеличивается количество людей, заинтересованных в создании бизнеса.

Таким образом, целью исследования является изучение истинных мотивов выбора молодежью предпринимательской деятельности и выявление степени готовности студентов к открытию собственного бизнеса. В анкетном опросе приняло участие 90 студентов из 6 высших учебных учреждений, отобранных методом целенаправленной выборки. Исследования было проведено в марте-апреле 2024 года.

В ходе исследования было выявлено, что для большинства студентов (60%) бизнес представляет собой экономическую деятельность субъекта в условиях рыночной экономики, нацеленную на получение прибыли путем создания и реализации продукции. На вопрос о том, задумывались ли когда-либо респонденты о создании собственного бизнеса, 90% опрошенных ответили утвердительно, в то время как меньшинство отозвалось о данной сфере как о неподходящем способе заработка.

В результате исследования также было установлено, что каждый второй представитель молодежи хотел бы заниматься предпринимательской деятельностью и готов к открытию собственного дела в будущем. Однако следует отметить, что количество студентов, которые могли бы открыть свой бизнес в ближайшие несколько лет, составляет лишь 17,8%, что говорит о неуверенности респондентов. Это может быть связано с тем, что 93% опрошенных осознают риск и ответственность предпринимателя по сравнению с работником по найму.

На основе полученных данных были выявлены следующие причины выбора студентами предпринимательской деятельности.

1) Молодые люди склонны выбирать предпринимательскую деятельность из-за сложностей в трудоустройстве. Самой частой причиной отказа работодателя является отсутствие трудового стажа, вследствие чего молодые специалисты не могут набраться опыта и получить необходимые практические знания.

2) Ограничения свободы творчества. Студенты зачастую склонны к творческой активности, в связи с чем им сложно работать в строгих рамках организации, не имея возможности высказывать собственные предложения и реализовать свой креативный потенциал.

3) Страх отвержения в коллективе. Человек подсознательно хочет поставить себя выше других, чтобы обеспечить себе комфортную рабочую среду.

Несмотря на все вышеперечисленное, большинство студентов относятся к открытию собственного бизнеса как к очень отдаленной перспективе. Можно выдвинуть предположение, что это связано со страхами по поводу ответственности, а также возможной неудачи в реализации проекта.

В результате исследования можно сделать вывод, что большинство студентов задумывается о создании собственного бизнеса, но только 6% из них действительно готовы на данный шаг. Причинами выбора данной деятельности становятся в основном желание иметь солидный доход (46,8%) и самостоятельно принимать решения (35,5%). Таким образом, предпринимательская деятельность является для молодежи, с одной стороны, маркером успешности человека и финансового достатка, а с другой – недостижимой мечтой из-за больших рисков и ответственности.

Литература и источники

1. Лазарева, А. В. Молодежное предпринимательство в эпоху цифровой экономики [Электронный ресурс] // Проблемы устойчивого развития экономики в условиях глобального кризиса: сборник научных трудов. Саратов, 2018. С. 118-122. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=34878873> (дата обращения 24.03.2024).

Научный руководитель – д-р социол. наук, проф. Ильиных С.А., ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»

УДК 005.32

МЕТОДЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ СОПРОТИВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМ В ОРГАНИЗАЦИИ В РАМКАХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Горбатенко К.П.

Белорусский национальный технический университет
1konstantin.gorbatenko@gmail.com

Аннотация. *Статья рассматривает методы преодоления сопротивления изменениям в организации в контексте обеспечения экономической безопасности. Рассмотрены основополагающие причины возникновения сопротивления изменениям и способы воздействия на них.*

Ключевые слова: *экономическая безопасность, сопротивление изменениям, организация, предприятие, менеджмент.*

Экономическая безопасность – комплексное понятие, которое в общем случае может быть определено как состояние наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения стабильного функционирования предприятия.

Согласно определению В. К. Сенчагова, экономическая безопасность предприятия означает защищенность его научно-технического, технологического, производственного и кадрового потенциала от прямых или косвенных экономических угроз, а также способность к его воспроизводству [1].

В ее основе лежат несколько ключевых компонентов: финансовый, интеллектуальный и кадровый, технико-технологический, политико-правовой, экологический, информационный, инвестиционный и силовой.

Существует разделение угроз экономической безопасности предприятия по отношению к субъекту, угрозы могут на внешние и внутренние. Внешние угрозы связаны с воздействием внешней среды, такими как политическая и экономическая нестабильность, изменение структуры рынка товаров и услуг, изменение условий финансирования и другие. Внутренние угрозы обусловлены состоянием самого предприятия и могут быть связаны с неэффективной организацией производственных и управленческих процессов, отсутствием оптимизации систем управления и медленным реагированием на изменения внешней среды.

При этом, одним из неотъемлемых аспектов обеспечения экономической безопасности предприятия является контроль за действиями персонала. В период внедрения изменений часто возникает сопротивление со стороны персонала, которое может препятствовать успешной реализации изменений и угрожать экономической безопасности предприятия. То есть, такое поведение можно оценить как тормозящую силу, являющуюся внутренней угрозой экономической безопасности организации.

При рассмотрении причин такого поведения отмечается, что сопротивление изменениям в организации часто является неосознанным и обусловлено психологией поведения человека. Большинство людей ценят стабильность и постоянство, они инертны. Они могут быть открыты для новых возможностей, но бояться, что лично для них ситуация может измениться в худшую сторону. Чтобы преодолеть это сопротивление, важно демонстрировать выгоды от нововведений, акцентируя внимание на личных перспективах сотрудников. Сопротивление – это естественная реакция инертного большинства на входящие изменения. В условиях трансформации люди понимают, что их положение в организации может претерпеть изменения. Бесконфликтное внедрение радикальных изменений – явление крайне редкое. Поэтому основная задача – убедить работников, что основные аспекты их работы останутся прежними, а изменения коснутся лишь деталей [2].

Работники сопротивляются изменениям в организации, поскольку новые условия могут угрожать их привычному образу жизни, статусу или материальным выгодам. Если сотрудники чувствуют, что изменения негативно повлияют на их жизнь или карьеру, их сопротивление вполне оправдано, так как люди в первую очередь руководствуются своими интересами и потребностями.

Сопротивление изменениям может проявляться в разнообразных формах и степенях интенсивности. Оно может быть пассивным, скрытым или явным, например, в форме снижения производительности, ухода на больничные или даже поиска другой работы. Сопротивление изменениям может возникать на разных уровнях организации – на уровне самой организации, внутри группы сотрудников и на индивидуальном уровне. Понимание того, на каком уровне возникает сопротивление и его характеристики, позволяет руководителю определить наиболее эффективные методы преодоления этого сопротивления.

На практике регулярное информирование сотрудников об изменениях оказывается действенным практическим подходом. Этот метод гарантирует, что сотрудники будут оставаться в курсе событий и понимать, как изменения повлияют на их работу. Коммуникативная стратегия есть ни что иное как общее планирование коммуникации на основе текущей ситуации и цели общения. Она помогает разяснять цели и необходимость изменений, бороться с неопределенностью и страхом, повышать вовлеченность сотрудников, формировать позитивное отношение к изменениям, а также обеспечивать обратную связь..

Создание комфортной атмосферы включенности в процесс изменений также способствует уверенности и приверженности к переменам у сотрудников. Роль руководителя в этом деле состоит в создании благоприятных условий для адаптации персонала к новым условиям.

Для ускорения процесса адаптации и преодоления сопротивления полезна разработка и внедрение специализированных обучающих программ, включающих в себя курсы по развитию системного мышления, бизнес-видения, навыков самостоятельного принятия решений, лидерства, работы в команде, эффективной коммуникации, управления стрессовыми ситуациями и прочих умений. Такое обучение подготавливает сотрудников к грядущим изменениям, способствует развитию адаптивности и снижению уровня сопротивления [3].

Таким образом, любые организационные изменения неразрывно связаны с воздействием на восприятие работников. Именно люди являются основой трансформаций в организации.

Литература и источники

1. Сенчагов, В. К. Экономическая безопасность России: общий курс: учебник; 3-е изд. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. 813 с.
2. Преодоление сопротивления изменениям. – [Электронный ресурс] // Хабр. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/294128/> – Дата доступа: 07.05.2024.
3. Преодоление сопротивления изменениям со стороны персонала. – [Электронный ресурс] // Менеджмент.Дайджест. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/qm/qm051.html> – Дата доступа: 07.05.2024.

Научный руководитель – аспирант Лебедева К.О., Белорусский национальный технический университет

УДК 332.14

СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ РЕГИОНОВ

Горячев А.Е., Ландышева А.Е.

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
Ивановский филиал
goriache1112@gmail.com, anna.landysheva12@mail.ru

***Аннотация.** Анализ базы данных по потребительскому рынку Ивановской области в сравнении с Владимирской, Костромской и Ярославской областями позволил установить особые вызовы доминирующего развития сферы услуг в экономике России. Диагностике возможностей ее развития, анализу результатов эффективного менеджмента и управления потребительским рынком, его объема, структурной устойчивости сферы услуг в экономике и посвящена данная статья.*

***Ключевые слова:** потребительский рынок, структура экономики, регион, сфера услуг, сбалансированность, сфера торговли.*

Важнейший компонент процесса изменения экономики является эффективное развитие системы функционирующего рынка. Потребительский рынок – это центральное звено общей системы взаимосвязанных рынков [1]. Результаты его развития влияют на функционирование других рынков и определяют их состояние, а, следовательно, рассчитывают общее экономическое равновесие [2]. В ходе развития экономики происходит изменение роли и места потребительского рынка в структуре общественного воспроизводства. Это связано с тем, что рассматриваемая сфера занимает доминирующие позиции и нуждается в проектировании новых подходов изучения её теоретических и практических основ функционирования и прогнозирования [3].

В нашем исследовании мы остановимся на структурном подходе исследования рынка, рассмотрим его как взаимосвязь рынка и совокупности сетевых связей между его участниками.

Интересным представляется определение потребительского рынка, представленное учеными РЭУ им Г.В. Плеханова: «Потребительский рынок региона – это одна из ведущих стратегических единиц в структуре экономики регионов, включающая сегменты оптовой и розничной торговли товарами, общественного питания, а также сферы услуг, социально обеспечивающих комфортность потребительской и предпринимательской среды на региональном рынке. Речь идет о третичных отраслях экономики регионов» [4].

Используя статистические показатели проведем анализ развития потребительского рынка в сфере услуг четырех регионов: Ивановской, Костромской, Владимирской и Ярославской областей.



Рисунок 1 – Динамика развития сферы услуг Ивановской области [5]

Анализ данных, представленных на рисунке 1 устанавливает преимущество развития сферы услуг в Ивановском регионе с 2005 года. В настоящее время (2022 году) доля сферы услуг в ВРП региона составляет 64,1 %. В основе развития сферы услуг лежат обороты оптовой и розничной торговли.



Рисунок 2 – Диаграмма развития сферы торговли Ивановской области в сравнении с тремя основными отраслями развития экономики региона [5]

Исходя из анализа данных диаграммы можно установить закономерность в сохранении доминирующей позиции торговли в Ивановском регионе. Так на протяжении 2016-2022 гг. торговля занимает 16,5 % в среднем в ВРП. Наибольшего значения она достигает в 2016 году, в настоящее время в 2022 году ее доля составляет 15,6 %.

Подтверждением роста сферы услуг в экономиках регионов является и результаты исследования, полученные в Ярославской и Костромской области.

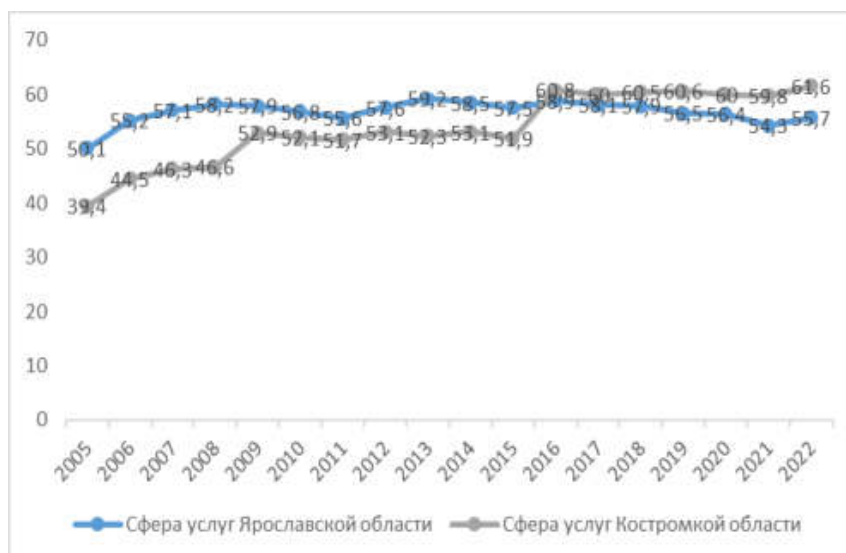


Рисунок 3 – Динамика развития сферы услуг в экономике Ярославской и Костромской области [5]

Установлено, что с 2016 года в Ярославской области и с 2015 года в Костромской области происходит реорганизация экономики с перевесом развития сферы услуг или потребительского рынка. В настоящее время данная закономерность сохраняется, и доля сферы услуг составляет 59,7 % и 63,6% в Ярославской области и Костромской области соответственно.

Владимирская область выделяется в показателях анализа структуры экономики.

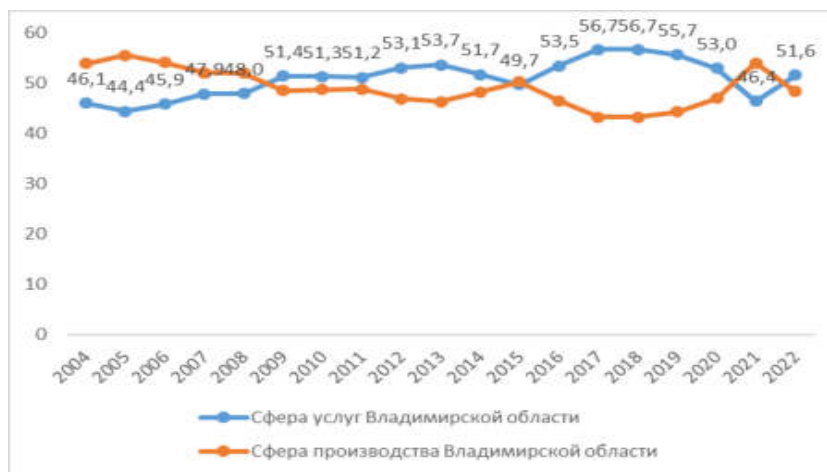


Рисунок 4 – Динамика развития сферы услуг в экономике Владимирской области

Развитие пищевой промышленности Владимирской области позволяет региону делать ставку на материальное производство. В этой связи экономика Владимирского региона развивается волнообразно. В 2016 году в экономике произошел резкий разрыв, и сфера услуг заняла позиции лидера с долей в экономике Владимирской области в 53,4%. Доминирующие позиции она удерживала до 2020 года, когда в 2021 году материальное производство опять вышло в лидеры. В настоящее время сфера услуг Владимирской области вернулась на лидирующие позиции, и её доля в экономике области составила 51,6%

Потребительский рынок составляет сферу непосредственного экономического воздействия на человека и фактор социальной стабильности в обществе. Его сбалансированность по ценам, товаропотокам, количеству и качеству товаров и услуг

является необходимой составляющей оценки развития экономики регионов и воспроизводства ресурсного потенциала [6]. В этой связи, проведенный анализ является основой формирования стратегии социально-экономического развития субъектов РФ. Эффективность формирования ресурсного потенциала имеет особое значение в настоящее время для развития экономики, а также для развития третичных отраслей, таких как торговля, операции с недвижимостью, туризм и др. Именно отношения, возникающие в процессе потребления, являются основой финансово экономического обеспечения функционирования всех заинтересованных участников потребительского рынка.

Грамотное и органичное взаимодействие элементов потребительского рынка способствует его функционированию несмотря на то, что каждый элемент имеет самостоятельное значение в реализации целей системы. Основная цель функционирования данного рынка заключается в развитие соответствующей территории, повышение качества и уровня жизни местного населения. Именно, по состоянию потребительского рынка судят о социально-экономическом развитии региона и в целом страны [7].

Таким образом, структура экономики регионов имеет огромное значение для сбалансированности народного хозяйства, его эффективного и устойчивого регионального роста. Так, успех в экономическом росте большинства регионов РФ в немалой степени объясняется глубокими структурными изменениями, обеспечившими общий динамизм производства и другие положительные качественные изменения экономики регионов.

Литература и источники

1. Аржаных, Т. Ф. Потребительский рынок региона: теоретико-методологические аспекты изучения и формирования долгосрочной концепции развития / Т. Ф. Аржаных // Региональная экономика и потребительский рынок: современное состояние и тенденции развития. Сборник материалов научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова в рамках межрегионального форума «Перспективы развития регионального потребительского рынка». Иваново: Ивановский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова; НИИ «Новая экономика и бизнес» РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2016. – 321 с. – С. 9-15.

2. Киреева, М. М. Комплексный экономический анализ функционирования регионального продовольственного рынка / М. М. Киреева, А. П. Вострова, О. К. Луховская, Т. С. Кочеткова // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – 2022. – № 3 (71). – С. 33-40.

3. Луховская, О. К. Концептуальные подходы к определению, диагностике и прогнозированию потребительского рынка региона / О.К. Луховская, О.Ю. Гурьева, В.И. Перов, И.В. Малова, Т.С. Кочеткова. Emerald Publishing Limited Howard House, Wagon Lane, Bingley BD16 1WA, UK. 2019.

4. Луховская, О. К. Анализ и оценка влияния сферы услуг на структурные преобразования в экономике и эффективность прогнозирования социально-экономического развития Ивановского региона / О. К. Луховская, И. А. Смирнова // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. – 2022. – № 1 (51). – С. 81-88.

5. Статистический ежегодник «Ивановская область» Социально-экономические показатели по субъектам Российской Федерации. Текст : электронный. - URL: <https://37.rosstat.gov.ru/folder/31706> (дата обращения 12.04.2024 г.)

6. К вопросу о сущности ресурсного потенциала // Луховской А.Г., Бормотин А.С.

В сборнике: Региональная экономика и потребительский рынок: современное состояние и тенденции развития. Сборник статей по материалам научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова в рамках Второго межрегионального

экономического форума с международным участием, посвященного 110-летию РЭУ им. Г.В. Плеханова "Плехановская весна". 2017. С. 60-64.

7. Кочеткова, Т.С. Разработка направлений стратегического развития и управления потребительским рынком региона / Т. С. Кочеткова, Е. А. Балашова // Экономика и менеджмент систем управления. – 2017. – Т. 26. – № 4-4. – С. 426-433.

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Луховская О.К., ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Ивановский филиал

УДК 65

ВЛИЯНИЕ СТИЛЯ УПРАВЛЕНИЯ КОЛЛЕКТИВОМ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ЕГО ТРУДА

Грибанов А.В.

Белорусский национальный технический университет
gribanovaleksandr1344@xmail.ru

***Аннотация.** Ни одно объединение людей не может возникнуть, а, следовательно, существовать и функционировать, без управляющего им субъекта. Как всем известно, сейчас есть огромное множество организаций, состоящих из индивидов. Каждый день регистрируются и создаются сотни тысяч новых коллективов; целеустремлённые, интеллектуальные, творческие (и др.) люди находят в них свое место. Однако, не о всех из них мы можем услышать и узнать, потому что они не смогли просуществовать долгое время. Их несостоятельность обусловлена несколькими факторами, одним из которых является система управления компанией.*

***Ключевые слова:** управление, стили управления.*

В нашем мире управление проникло во все среды общественной жизнедеятельности общества. Оно влияет на эффективность группы и результаты ее труда.

Управление – это процесс воздействия на объект управления (подчинённые, учащиеся и т.д.) субъектом управления (руководитель), который происходит в определенный период времени, имеет определенные цели и задачи. Руководство компанией влияет на её успех или неудачу.

В психологии, управление коллективом изучает определенный раздел психологии: психология управления.

Психология управления – это раздел психологии, исследующий управленческую деятельность, её закономерности и принципы. Есть множество задач, решением которых занимается психология управления, основная из которых – это анализ особенностей деятельности в области управления, а также психологических условий с целью повышения эффективности управленческой деятельности. Каждый человек индивидуален, соответственно руководители разных компаний применяют свой комплекс приемов регулирования деятельности коллектива, которые формируют его стиль управления компанией.

Стиль управления – это характеристика совокупности методов и способов воздействия на людей, которые применяет руководитель по отношению к ним для поддержания, совершенствования и развития деятельности коллектива, с целью обеспечения выполнения им необходимых функций. С помощью их руководитель, оказывая влияние на каждого индивида, стимулирует их деятельность на решение определенных задач, обеспечивающих достижение целей организации.

В области психологии исследование стилей управления коллективом началось в 30-е годы XX века и продолжается по сей день. В своих исследовательских и научных работах этот вопрос затрагивали: Бухалков М.И., Сمارт Дж. К. и другие [1]. Одним из первых, кто провел масштабное исследование в этой области и смог выдвинуть свою теорию о стилях управления, был Курт Левин. Он, основываясь на результаты исследования, выделил 3 вида управления коллективом. Данные стили стали признаваться обществом как классические и применяются на практике, что происходит и по сей день. Каждый из этих стилей имеет свои ключевые особенности:

1. Авторитарный, для него характерны контроль, жесткость, дисциплина, требовательность, быстрое и единоличное принятие решения руководителем, на которое не влияют его подчинённые, они лишь являются исполнителями его указаний, а также игнорируются социально-психологические факторы (со стороны руководителя). Присутствуют поощрения в виде премий, повышения в должности и т.д. и наказания в виде штрафа, выговора, увольнения и т.д. Авторитарный стиль имеет ряд плюсов: быстрое принятие решений; подчиненные выполняют четкие указания в назначенные сроки; даже в условиях ограниченности ресурсов организация может быстро достичь необходимых результатов. Присутствуют также и минусы: вся ответственность лежит на руководителе; подчиненные не могут проявлять инициативу; текучесть кадров.

К авторитарному стилю управления руководителю следует прибегнуть при следующих обстоятельствах:

1. Новый коллектив, в такой ситуации сотрудникам необходимы чёткие указания сверху, так как они не способны сами принимать решения;
2. Низкая мотивация подчиненных, в таком случае необходим жесткий контроль и введение системы поощрения и наказания;
3. Кризис, в сложившихся обстоятельствах необходимо быстрое принятие правильных решений по выходу из него.

2. Демократический, для него характерны: разделение полномочий, распределение ответственности и инициативы. В компаниях, руководители которых применяют данный стиль управления, решения обговариваются с коллективом, учитывается их мнение, подчинённые могут сами устанавливать сроки выполнения задач и видоизменять их. Преимущества данного стиля заключаются в: мотивировании команды на результат; отсутствии контроля за действиями подчинённых; благоприятном психологическом климате в коллективе. Недостатками являются: трата времени на принятие решений, распушенность коллектива [3].

Данный тип управления следует применять в следующих ситуациях:

1. Сотрудники являются квалифицированными в своей области специалистами;
2. После применения авторитарного стиля;
3. При необходимости повышения качества производимого блага.

3. Либеральный, для него характерны: равноправие, самоконтроль, самоопределение сотрудников, руководитель лишь занимается планированием и раздает проблемы (задачи), которые необходимо решить, также выступает в роли консультанта. Плюсами этого типа управления являются: коллектив действует как автономный механизм; постоянно возникают новые неклассические и творческие подходы к решению задач. К минусам стоит отнести: отсутствие контроля (т.е. если подчиненные будут довольно наглыми, то они могут ничего не делать, приходить на работу на пару часов и т.д.)

К либеральному стилю управления руководителю следует прибегнуть при следующих обстоятельствах:

1. Компания является масштабной или стартапом;
2. Сотрудники очень опытные специалисты своего дела;
3. Необходима автономность работы коллектива.

4. Компания успешно прошла стадии авторитарного и демократического стиля управления.

Каждый из этих стилей необходим и важен в определенных ситуациях. Подобранный стиль управления прямо влияет на эффективность труда коллектива. Так, если сотрудники только начали свою карьеру, а руководитель по отношению к ним применит либеральный стиль управления, то скорее всего это приведет к негативным последствиям, так как поставленные задачи будут выполняться в произвольные сроки, а не в установленные, будет снижена производительность труда из-за отсутствия контроля и четких требований, что очень губительно на начальных стадиях развития организации, когда необходимо отвоевывать рынки сбыта и в нужные сроки производить сделки. Поэтому в начале существования компании стоит применить авторитарный стиль управления, так поступали Джоф Безос, Марк Цукерберг, Генри Форд и другие руководители и основатели компаний. Демократический стиль управления следует применять к сотрудникам, опыт которых не уступает опыту руководителя. Обсуждение проблем, задач и целей компании с ними приведет к появлению новых и более эффективных путей решения необходимых задач, развитию их потенциала, а соответственно и к росту экономического положения компании. Сейчас такой стиль управления очень популярен и применяется в большинстве организаций развитых стран, за исключением тяжелого производства и армии. Либеральный стиль управления также необходим, его использование может поспособствовать резкому старту в начале создания стартапа или организации, однако во втором случае это происходит довольно редко. Этот стиль можно применить после применения демократического стиля, что поспособствует автономной работе отдельных частей организации, а руководитель сможет заняться обучением новых специалистов. Таким образом применение авторитарного стиля приведет к росту количественных показателей, демократический повысит их качество, либеральный поспособствует их автономному воспроизводству, а руководитель компании эффективно их используя и комбинируя обеспечит рост количественных и качественных показателей компании.

Литература и источники

1. Оганян, Э. Т. Стиль управления менеджера как метод управления производительностью труда / Э. Т. Оганян, А. Г. Стушкин // Новая наука: От идеи к результату. – 2015. – № 7-1. – С. 195-197.
2. Васина, Н. В. Основы психологии управления; стиль управления и его разновидности; основные черты стиля управления / Н. В. Васина, А. А. Муратова, Н. А. Андронников // Материалы 58-й студенческой научно-технической конференции инженерно-строительного института ТОГУ, Хабаровск, 17–25 апреля 2018 года. – Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет, 2018. – С. 100-103.

Научный руководитель – доц. Пуйман С.А., Белорусский национальный технический университет

УДК 331

ЦИФРОВИЗАЦИЯ: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ В КОМПАНИИ

Депутатова А.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

deputatowa.anka@yandex.ru

***Аннотация.** В современном мире цифровизация становится неотъемлемой частью, которая проникает во все сферы нашей жизни. К цифровым технологиям вместе с бизнесом должны адаптироваться и люди. Деятельность современных компаний требует не только гибких изменений в бизнес-процессах и операционной деятельности с учетом цифровизации, но и в совершенно новом подходе в управлении сотрудниками, с учетом их особенностей. Компаниям в перспективе необходимо учитывать потребности представителей разных поколений, работающих в коллективах, и разрабатывать новые методы адаптации к цифровым технологиям для того, чтобы быть конкурентоспособными на рынке труда. Для этого в данной работе приведен SWOT-анализ каждого представителя поколения, а также выделены персональные вызовы и возможности цифровизации.*

***Ключевые слова:** цифровизация, цифровые технологии, персонал, поколение x, поколение y, поколение z, поколение альфа, поколение w, управление сотрудниками.*

В условиях быстрого развития информационных технологий и их влияния на любую сферу деятельности, компании сталкиваются с вызовами и возможностями, связанными с управлением представителями разных поколений в цифровую эпоху. На современном этапе во многих компаниях работают представители разных поколений. Как отмечает Билл Гейтс, «цифровизация – это мощный инструмент, который сближает поколения и открывает новые горизонты возможностей» [1]. Однако, многие компании сталкиваются с трудностями в управлении своими подчиненными, которые отличаются друг от друга по ряду причин, главным из которых является возраст. В то время, когда одни привыкли к традиционным методам работы, вторые уже активно используют новейшие цифровые технологии. Задача руководителя – найти оптимальный баланс в управлении сотрудниками, обеспечив комфортную и высокопроизводительную работу всех представителей поколений.

Целью данного исследования является изучение возможностей, которые открываются для работников в связи с процессами цифровизации. Для достижения этой цели необходимо идентифицировать поколения, рассмотреть их потенциал, как работников с позиции цифровизации. Исследование опирается на теорию поколений, которая начала формироваться в 1991 году. Ее автором является Нейл Хоув и Вильямом Штраус. В качестве метода исследования использован SWOT-анализ.

В работе определены слабые и сильные стороны представителей каждого поколения. Его результаты помогут более глубоко разобраться в ценностях и мотивации работников для улучшения коммуникационного процесса, а также адаптировать работу к цифровым технологиям с учетом ожиданий и потребностей каждого.

В ходе проведенного анализа можно сделать вывод, что поколение X обладает стабильностью и надежностью, им предоставляется возможность быть наставниками и передавать свой опыт и мудрость, которые накоплены годами, более младшему поколению. Они привыкли работать в традиционном формате, поэтому им трудно адаптироваться к цифровым технологиям, что является их слабой стороной, но, вместе с тем, они готовы к изменениям и повышению своего уровня цифровой грамотности. У данного поколения есть

уникальная возможность – они могут быть менторами для младших поколений, повышая при этом свою цифровую грамотность.

Поколению Y уже гораздо легче адаптироваться к цифровым технологиям. Многие из них имеют базовые навыки работы с ними, что является сильной стороной данного поколения, однако, они продолжают испытывать затруднения в коммуникации в офлайн-среде.

Таблица 1 - SWOT-анализ представителя каждого поколения

Поколение	Сильные стороны	Слабые стороны	Возможности	Угрозы
X	1. Надежны и стабильны 2. Адаптированы к работе в офисной среде 3. Обладают большим опытом	1. Имеют низкую цифровую грамотность 2. Консервативны	1. Обучение новым технологиям и развитие цифровых навыков 2. Менторство	1. Утрата конкурентоспособности 2. Появление цифрового неравенства
Y	1. Умение быстро осваивать новые технологии 2. Владение современными цифровыми навыками 3. Гибкость и адаптивность к изменениям	1. Недостаточная профессиональная ответственность и стабильность 2. Не всегда обладают достаточным опытом и знаниями 3. Могут испытывать затруднения в коммуникации в офлайн-среде	1. Возможность использовать свои цифровые навыки в различных сферах деятельности 2. Обучение и развитие профессиональных навыков 3. Возможность находить инновационные решения и развивать новые направления бизнеса	1. Конкуренция со стороны более опытных представителей других поколений. 2. Зависимость от технологий и социальных сетей
Z	1. Уверенное владение современными технологиями и цифровыми навыками 2. Гибкость и способность быстро адаптироваться к изменениям 3. Креативность и способность находить инновационные решения	1. Недостаточное внимание к развитию коммуникативных навыков 2. Чрезмерная зависимость от цифровых устройств 3. Неустойчивость в выборе профессиональной карьеры	1. Использование цифровых навыков для создания своего бизнеса или проектов 2. Обучение и развитие навыков через онлайн-курсы и ресурсы 3. Сотрудничество и обмен опытом с более опытными представителями других поколений	1. Потеря концентрации и внимания из-за переизбытка информации 2. Отсутствие стабильности и долгосрочной планировки в карьере 3. Социальная изоляция и утрата навыков общения в реальном мире
Alfa и W	1. Высокий уровень цифровой грамотности 2. Готовность к экспериментам и инновациям 3. Активное использование социальных медиа для связи и деятельности	1. Неустойчивость в принятии решений 2. Недостаток практического опыта и знаний 3. Недостаточная концентрация внимания	1. Использование своего потенциала для создания новых технологий и инновационных проектов 2. Обучение и развитие навыков через самообучение и доступ к онлайн-ресурсам. 3. Сотрудничество и обмен опытом с другими поколениями и менторами	1. Потеря социальной связи из-за избытка виртуального общения 2. Эмоциональный и психологический перегруз из-за постоянного онлайн-присутствия

Источник: [2].

Поколение Z и Alfa постоянно используют в своей работе цифровые технологии и виртуальное общение, так как они уже родились и выросли в эпоху цифровизации. Они молниеносно разбираются в любых приложениях и программах, творчески и нестандартно мыслят, многофункциональны, высоко коммуникабельны и готовы приступить к работе в сложных, креативных и уникальных проектах, что, несомненно, является их сильной стороной. Однако, рутинная работа их утомляет и демотивирует, а четкие рамки и формализация – вовсе приведет к «провалу» в их деятельности. Они неустойчивы в принятии решений, выборе профессиональной карьеры, зависимы от цифровых устройств, а также имеют небольшой практический опыт.

Поколение W живет в двойственном мире – реальном и виртуальном. Именно поэтому они не представляют свою жизнь без цифровых технологий. Они обладают клиповым мышлением, в связи с чем возникает низкая концентрация внимания. Им сложно анализировать длинные тексты, поэтому с ними лучше общаться короткими сообщениями в офлайн-среде. Благодаря непрерывному общению в социальных сетях, они имеют большой круг знакомств и огромное разнообразие интересов.

Мировой тренд – цифровая трансформация, к которому необходимо успешно адаптировать все бизнес-процессы фирмы и людей, работающих в ней. В связи с этим цифровизация открывает новые возможности и вызовы для представителей разных поколений (таблица 2).

Таблица 2 – Вызовы и возможности цифровизации

Поколение	Вызовы	Возможности
X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Технологический разрыв из-за быстрого развития цифровых технологий, которые непривычны и сложны для них. 2. Обучения новым технологиям, программам и приложениям 3. Конкуренция на рынке труда и в обществе с молодыми коллегами 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Развивать цифровые навыки и цифровую грамотность 2. Работать удаленно, использовать гибкие графики работы 3. Улучшать коммуникацию
Y	<ol style="list-style-type: none"> 1. Переизбыток информации в цифровом мире 2. Постоянное обучение и развитие своих навыков, чтобы быть конкурентоспособными 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Работать удаленно, использовать гибкие графики работы и балансировать профессиональную и личную жизнь. 2. Доступ к огромному объему информации, онлайн-образованию, курсам и тренингам 3. Создание стартапов, онлайн-бизнесов, брендинга
Z и Alfa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Информационное перенасыщение 2. Зависимость от цифровых устройств 3. Непрерывное получение знаний правил безопасного поведения в интернете 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Онлайн-образование 2. Карьерный рост 3. Творчество и самовыражение 4. Социальная активность и общение

Источник: [составлено автором самостоятельно по источнику 2].

Цифровизация открывает новые возможности для управления представителями разных поколений в компании. «Каждое поколение сможет успешно использовать цифровизацию для своего развития, обучения, общения и самореализации, что является главным. Очевидно, что компании, которые не стремятся адаптироваться к глобальным трендам, будут проигрывать в конкурентной борьбе» [3]. В современном мире цифровые технологии открывают компаниям перспективу роста, повышение производительности труда, укрепление имиджа, расширение бизнес-портфеля компании и увеличение финансовых показателей, поэтому важно гибко реагировать на изменения, учитывая особенности каждого представителя теории, адаптировать рабочие процессы под их нужды и эффективно выстраивать коммуникационный процесс [4].

Также можно сделать вывод, что вызовы цифровизации для каждого представителя теории поколений разные.

Так, поколение X испытывает наибольшие трудности в адаптации к цифровым технологиям. Как показывают многочисленные исследования, именно данные представители демонстрируют самый низкий уровень цифровой грамотности, в связи с чем возникает потребность в постоянном развитии и непрерывном обучении цифровым навыкам.

В своей статье «Цифровая грамотность населения как фактор развития экономики России», автор Мельничук Е. А. анализирует уровень цифровой грамотности населения в зависимости от возраста [6]: наиболее высокий показатель уровня цифровой грамотности («выше базового уровня») принадлежит категории людей от 15 до 24 лет (28 %), противоположный результат показывает группа от 75 лет и старше (0,4 %). Общая тенденция базового уровня навыков, идет на уменьшение с увеличением возраста: 15-24 лет 36,2 %, 25-34 – 35,1 %, 35-44 – 28,4 %, 45-54 – 28,4 %, 55-64 – 17,6 %, 65-74 – 6,9 %, 75 и старше – 1,5 %. Самые высокие значения «низкого уровня» цифровой грамотности располагаются в возрасте 45-64 лет (51,4 % и 55,4 %).

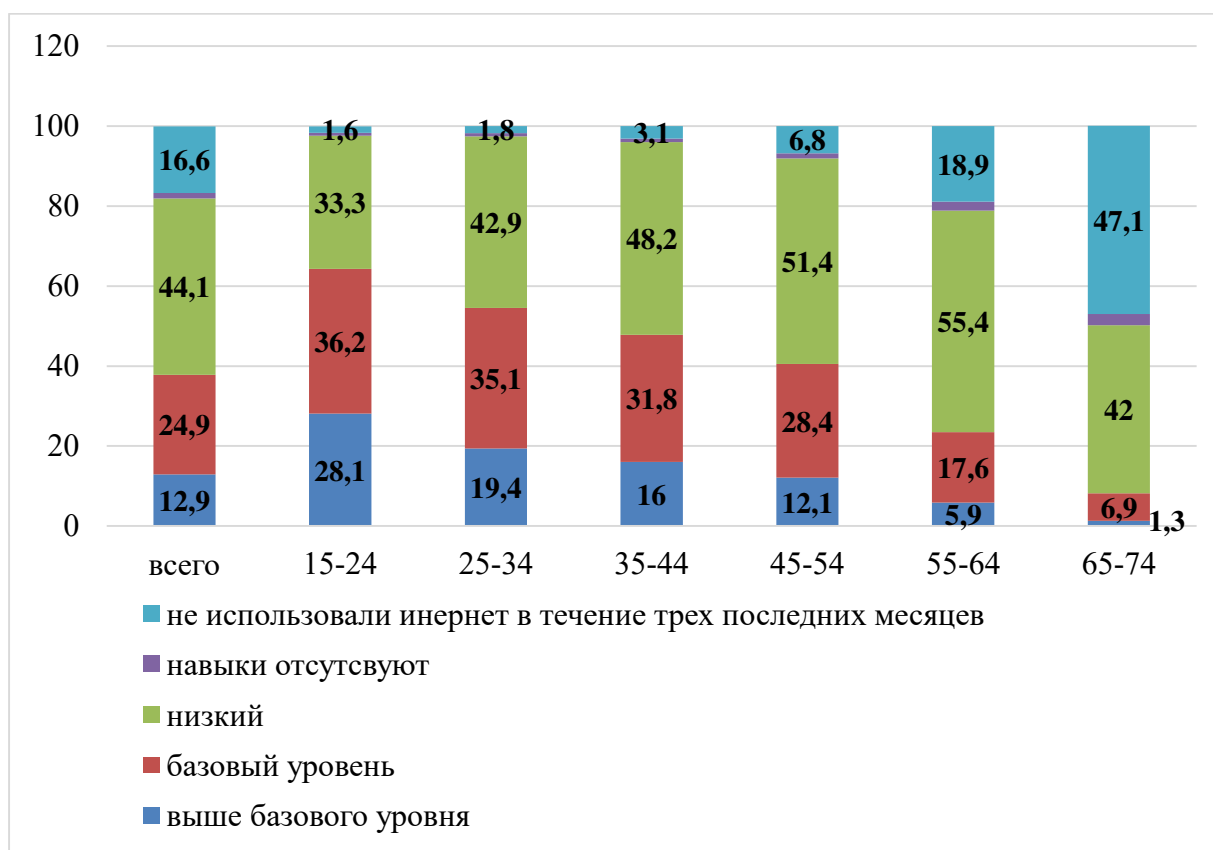


Рисунок 1 – Уровень цифровых навыков населения по возрастным группам (в % от общей численности населения в соответствующей возрастной группе)

Источник: [6].

В связи с тем, что поколение Y уже имеет базовые навыки работы с цифровыми технологиями, им нужно тщательно «фильтровать» полученную информацию из цифрового мира, так как они могут получить далеко не всегда объективные данные, в связи с переизбытком информации.

Младшее поколение – Z и Alfa, информационно перенасыщены и уже имеют сильную зависимость от гаджетов и цифрового пространства, поэтому главным вызовом цифровизации для них будет непрерывное обучение о безопасном поведении пользования цифровыми устройствами, чтобы не столкнуться с угрозами и мошенничеством в сети.

Обобщая выше сказанное, можно сделать вывод, что каждое поколение имеет набор отличительных особенностей, то, что работает с одними, будет неприемлемо для других, что мотивирует одних, то будет непервоочередным для других. Руководителям важно адаптировать к цифровизации абсолютно каждого сотрудника, учитывая его особенности и разрабатывая инклюзивную программу по повышению уровня цифровой грамотности.

Литература и источники

1. Forbes: главное о миллиардерах, бизнесе, финансах и инвестициях в России и мире: сайт – URL: <https://www.forbes.ru/milliardery/484701-bill-gejts-forbes-iskusstvennyj-intellekt-stanet-samoj-goracej-temoj-2023-goda> (дата обращения: 13.04.2024). – Текст: электронный.
2. Агентство Prostudio – ваш проводник в диджитал: сайт – URL: <https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/> (дата обращения: 26.03.2024). – Текст: электронный.
3. Варламова, Ю. А. (2022) Межпоколенческий цифровой разрыв в России / Ю. А. Варламова – Текст: непосредственный // Мир России. – Т. 31. – № 2. – С. 51–74.
4. Вердиев, О. Р. Роль информационных технологий в повышении экономической эффективности деятельности компании / О. Р. Вердиев, А. С. Коломыцев, К. С. Радов, С. В. Тугарин, И. М. Калякина – Текст: непосредственный // Московский экономический журнал. – 2021. – №1.
5. Круглов, Д. В. Цифровизация управления персоналом: учебное пособие для вузов / Д. В. Круглов, О. С. Резникова, И. В. Цыганкова. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 102 с. – (Высшее образование). – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531942> (дата обращения: 26.03.2024).
6. Мельничук, Е. А. Цифровая грамотность населения как фактор развития экономики России / Е. А. Мельничук, Л. С. Митюченко – Текст: непосредственный // Управление и цифровизация: национальное и региональное измерение : сборник статей III национальной научно-практической конференции с международным участием, Брянск, 29 мая 2023 года. – Брянск: Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, 2023. – С. 34-38.
7. Минаков, А. В. Тенденции и перспективы развития цифровых технологий в России в условиях глобализации / А. В. Минаков, Н. А. Ковбаса – Текст: непосредственный // Индустриальная экономика. – 2022. – №2.
8. Рассаднев, Э. С. Цифровая грамотность населения как фактор развития цифровой экономики в России / Э. С. Рассаднев, А. А. Осипенко, А. С. Лубянков – Текст: непосредственный // Вестник Пермского университета. Математика. Механика. Информатика. – 2021. – № 1(52). – С. 75-80.

Научный руководитель – канд. экон наук, доц. Бельчик Т.А, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 331

ПЛАНИРОВАНИЕ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ПРОЕКТА

Загребя С.А., Якимова Л.Д.

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет путей сообщения»,
Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал
zagre2002@mail.ru, lyubov-yakimova@yandex.ru

***Аннотация.** В результате анализа системы управления персоналом крупной отечественной лесопромышленной компании были выявлены проблемы, связанные с низкой мотивацией сотрудников. Для нивелирования причин данной проблемы предложен проект мероприятий. В соответствии с теорией проектного менеджмента ключевой задачей при этом является планирование ресурсных затрат. Поэтому целью настоящего исследования стало определение трудозатрат проекта. Методом достижения цели выбрана среда проектирования Project Libre.*

***Ключевые слова:** проектный менеджмент, структура разбиения работ, трудовые затраты.*

В связи с преобразованием традиционных бизнес-процессов в цифровые [3] области применения проектного менеджмента [1] постоянно расширяются. Так, например, А.В. Николаев отмечает, что повышение производительности с помощью использования проектного менеджмента является основой стратегии модернизации и построения инновационной экономики. Он выделяет в проектных офисах при реализации крупных проектов сформировать четыре сферы ответственности: менеджмент инвестиций, менеджмент инноваций, менеджмент информации, менеджмент политики реализации [2].

Проект, в первую очередь, состроит из взаимосвязанных работ, которые протекают параллельно и на которые влияют различные факторы, например, трудовые и финансовые ресурсы, время и прочее. Стоит отметить, что на проект устанавливаются определенные сроки. У каждого проекта есть конечная цель, в нашем случае это разработка мероприятий по совершенствованию системы управления персоналом лесопромышленного предприятия.

Сфера применения проектного менеджмента в данном исследовании носит учебный характер и демонстрирует возможности программных продуктов, используемых для проектного планирования на примере конкретной задачи. В результате анализа системы управления персоналом [5] крупной отечественной лесопромышленной компании были выявлены проблемы, связанные с низкой мотивацией сотрудников [4]. Для нивелирования причин данной проблемы предложен проект следующих мероприятий: во-первых, внедрение системы гибких льгот, во-вторых, внедрение на онлайн-платформу сервиса для информирования и обратной связи персонала на предприятии и, в-третьих, проведение корпоративных тренингов по улучшению социально-психологического климата в коллективе.

План проекта после того, как определились в ключевых работах по достижению поставленных целей, целесообразно начинать разрабатывать через так называемую структуру разбиения работ, которая является иерархической и каждое мероприятие, являясь структурной работой, в свою очередь разбито на работы, следующие друг за другом в определенной логической последовательности.

Структуру разбиения настоящего плана проекта, представленную в таблице 1, удобно использовать для назначения ресурсов в Project Libre - кроссплатформенном программном обеспечении для управления проектами.

После установления начальной и конечной вех проекта, иерархии работ, их связей и ввода ресурсов получим их представление на диаграмме Ганта (рисунок 1). При этом при

назначении трудовых ресурсов на работы в соответствие с таблицей 2, необходимо учитывать их загрузку. В нашем случае принимаем, что работы по проекту входят в должностные обязанности большинства сотрудников, поэтому планируя по одному часу в день их занятость работами по проекту, задаем их загрузку в 12,5%. Работа коуча может осуществляться на основе сдельной оплаты по гражданско-правовому договору, поэтому может быть фиксированной стоимости.

Таблица 1 - Структура разбиения работ по реализации проекта мероприятий

Структурная работа (мероприятие)	Планируемые работы мероприятий
1. Внедрение системы гибких льгот	1.1. Подписать приказ на проведение изменений системы социальных льгот
	1.2. Создание группы для создания системы гибких льгот в организации и назначить ответственного по сопровождению данного мероприятия
	1.3. Сбор статистических данных по определенным потребностям сотрудников в выборе социальных льгот
	1.4. Согласование результатов диагностики с руководством
	1.5. Заключение контрактов с потенциальными поставщиками выбранными сотрудниками в системе гибких льгот
	1.6. Внесение изменений в коллективный договор
	1.7. Мониторинг и оценка результатов работы системы гибких льгот
	1.8. Внесение изменений по мониторингу и оценке результатов
2. Внедрение на онлайн-платформу сервиса для информирования и обратной связи персонала на предприятии	2.1. Подписать приказ на проведение данного мероприятия
	2.2. Создать группу по исполнению данного мероприятия и назначить ответственного
	2.3. Выбор сервиса для реализации проекта
	2.4. Выделить средства для покупки сервиса
	2.5. Установка сервиса
	2.6. Назначение ответственного по сопровождению информационного контента
	2.7. Внесение изменений в должностную инструкцию по обратной связи
	2.8. Оценка результатов работы сервиса
	2.9. Внесение изменений по мониторингу и оценке результатов
3. Проведение корпоративных тренингов по улучшению социально-психологического климата в коллективе	3.1. Подписать приказ на проведение данного мероприятия и назначить ответственного
	3.2. Найти подходящее место для проведения данного мероприятия и составление графика тренингов
	3.3. Составление сметы
	3.4. Выделение финансирования тренингов
	3.5. Проведение тренингов
	3.6. Оценка результатов тренингов

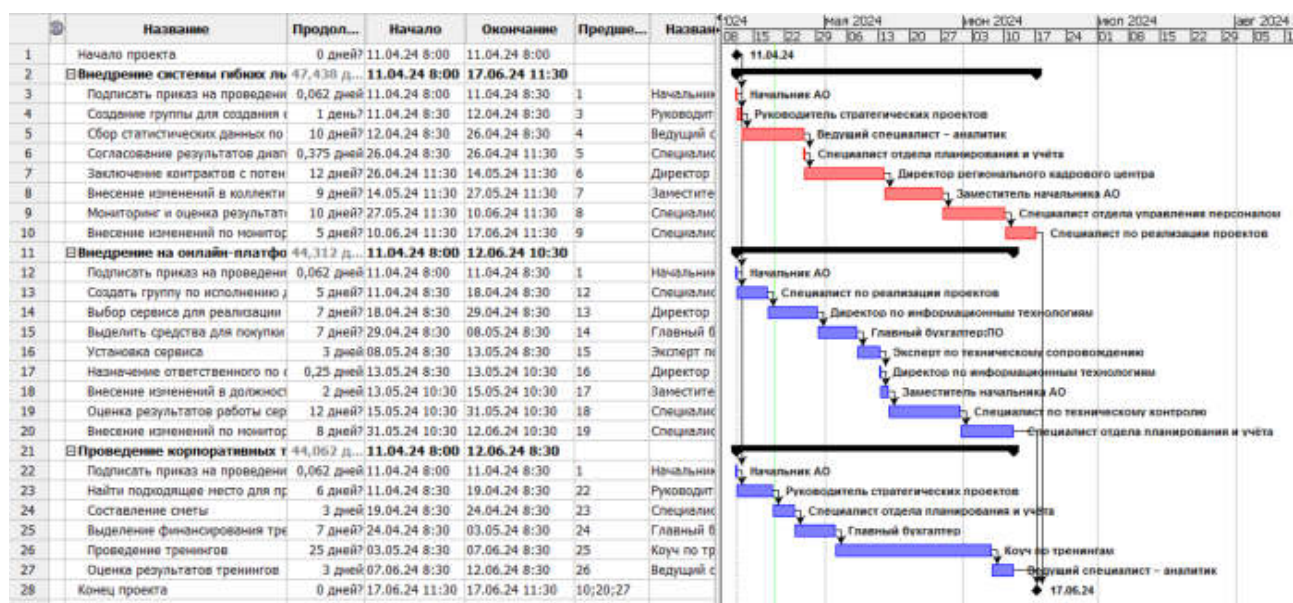


Рисунок 1 – Фрагмент диаграммы Ганта (представление задач проекта)

После того, как план проекта составлен, необходимо провести анализ загрузки ресурсов при помощи представления «Использование ресурса». Перегруженные ресурсы в нем обозначаются красным цветом и это означает, что нужно либо поставить вспомогательный ресурс на соответствующую работу, либо увеличить ее длительность или устранить параллельность работ. Принимая общее время использования трудового ресурса в проекте, можно планировать его стимулирующую оплату.

Таблица 2 – Стоимость трудовых ресурсов в организации

№	Трудовой ресурс	Стандартная ставка, руб/час
1	Начальник АО	925
2	Заместитель начальника	534
...		
12	Главный бухгалтер	454
13	Коуч по тренингам	1223

Генерируемые автоматически отчеты позволяют получить основные параметры проекта – общие затраты и его продолжительность. В нашем случае на реализацию проекта будет затрачено 47,438 дня, а бюджет проекта – 1 004 629 руб., из которых – 400 000 руб. – стоимость покупки программного обеспечения, 244 600 руб. – оплата коуча (временного работника). На 360 029 рублей работа выполняется в рамках должностных обязанностей, часть из которых можно заложить в план проекта на премии за успешное выполнение задач.

Таким образом, рассчитанные затраты на реализацию плана проекта будут далее положены в основу определения экономической и социальной эффективности проекта и сроков его окупаемости.

Литература и источники

1. Баширова, М. М. Проектный менеджмент и его функции / М. М. Баширова, С. З. Ахмедова, З. Д. Рашидова // Вопросы устойчивого развития общества. – 2022. – № 3. – С. 164-167.
2. Николаев, А. В. Проектный менеджмент как основа управления изменениями в социально-экономических системах / А. В. Николаев // Экономический вестник Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления. – 2020. – № 1(9). – С. 69-81.

3. Плотникова, В. А. Информационные технологии в управлении, перспективы их развития на транспорте / В. А. Плотникова, Л. Д. Якимова // Безопасность транспорта и сложных технических систем глазами молодежи : Материалы Всероссийской молодежной научно-практической конференции, Иркутск, 10–13 апреля 2018 года. – Иркутск: Иркутский государственный университет путей сообщения, 2018. – С. 157-160.

4. Серикова, О. Ю. Оценка эффективности системы мотивации персонала как фактора обеспечения качества работы на примере предприятия железнодорожного транспорта / О. Ю. Серикова, А. В. Мартышев, Л. Д. Якимова // International Journal of Advanced Studies. – 2021. – Т. 11, № 2. – С. 81-99. – DOI 10.12731/2227-930X-2021-11-2-81-99.

5. Яркова, С. А. Управление персоналом в условиях реструктуризации предприятий железнодорожной отрасли / С. А. Яркова, Л. Д. Якимова, Е. Г. Варламова // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. – 2017. – Т. 6, № 6. – С. 66-77. – DOI 10.12737/article_5a462744f14ca2.30311783.

УДК 005.96

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ: СТРАТЕГИИ И ПРАКТИКИ

Заика А.К., Кашаева А.М.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал
foxinbox181@gmail.com, alinakaschaewa@yandex.ru

***Аннотация.** Современный мир характеризуется высокой степенью нестабильности, вызванной экономическими, социальными и политическими факторами. Под воздействием внешних и внутренних угроз основной единицей развития становится человеческий ресурс. Рациональное и организованное управление человеческими ресурсами – одна из самых стратегически важных задач для любой фирмы, играющая особую роль в обеспечении конкурентоспособности организации. В данной статье будут представлены основные стратегии и практики управления человеческими ресурсами, которые в условиях переменчивых внешних и внутренних факторов могут помочь развитию фирмы и максимизации ее прибыли.*

***Ключевые слова:** человеческие ресурсы, современность, стратегии управления, практики управления, человеческий капитал, гибкая работа.*

Управление человеческими ресурсами представляет собой комплексную управленческую деятельность, направленную на обеспечение оптимального использования трудовых ресурсов организации. В условиях нестабильности, требуется более гибкий и адаптивный подход к управлению персоналом, особое внимание на развитие каждого сотрудника и, вместе с этим, на налаживание эффективной коллективной работы внутри организации. Современная нестабильность включает в себя изменения в экономике, технологиях, законодательстве и социокультурной среде, что оказывает давление на организации и требует новых решений.

Работники организации являются активной составляющей производственного процесса. От их вовлеченности, активности, ответственности и личного отношения к собственным обязанностям зависит весь успех производства. Работник может как поддерживать нововведения и способствовать росту эффективности производства, так и относиться к этому безразлично или даже негативно [4]. Использование максимального потенциала трудового ресурса зависит от степени продуманности и эффективности стратегий управления, выбранных в данной организации. Современному управленцу необходимо сочетать

внимание к внутреннему климату в коллективе и быструю реакцию на социокультурные, законодательные изменения, изменения конъюнктуры рынка и условия конкуренции.

Основные тенденции современной управленческой деятельности – это жесткая конкуренция, быстрые темпы технологического развития, особое внимание к мотивированию и поощрению сотрудников, а также социальная и экономическая нестабильность. Организации стараются снизить свои расходы, а в большинстве случаев именно затраты на персонал составляют значительную часть издержек. В условиях санкций и финансовой нестабильности приоритет поощрения сотрудников падает, однако контроль над управленем человеческими ресурсами (УЧР) все еще остается необходимой частью функционирования организаций. Успешное решение данного конфликта предполагает следующее:

- использование в качестве поощрения и удержания сотрудников меры, не несущие больших финансовых затрат (благодарности, карьерное повышение, недорогие подарки, грамоты);

- использование государственной поддержки для поощрения сотрудников, дополнительные выплаты за особую активность и заслуги;

- обеспечение понимания сотрудниками текущей ситуации и перспектив ее разрешения, создание благоприятного внутреннего климата;

- прозрачная и понятная система ответственности сотрудников за дисциплинарные нарушения и невыполнение своих должностных обязанностей.

Корпоративная культура и последовательная политика поддержки персонала способствует установлению лояльного отношения сотрудников к организации и более легкому и успешному преодолению внешних негативных факторов.

Стратегия УЧР – комплекс организационных и экономических методов, принципов и способов, направленных на формирование эффективного трудового коллектива, раскрытие полного творческого потенциала сотрудников с целью обеспечения роста производительности и качества выполняемой работы [1, с.174].

Основные задачи стратегий УЧР:

1. Определение текущего состояния организации и персонала;

2. Определение путей развития персонала согласно стратегии развития организации;

3. Определение совокупности мер, способствующих успешному выполнению новых задач персоналом.

При этом стратегия должна отвечать следующим требованиям: быть реальной, внутренне целостной; быть совместимой со средой; быть сбалансированной по ресурсам; быть в меру рискованной; органически сочетать долгосрочные и краткосрочные цели [4, с. 65].

Принято выделять следующие стратегии:

1. Предпринимательская стратегия – реализуется в случае высокой степени финансового риска и ограниченности ресурсов, включает быстрое принятие мер. В процессе нанимаются сотрудники, готовые брать на себя риск, но важна стабильность кадров на ведущих позициях. Вознаграждение производится на конкурсной основе по результативности.

2. Стратегия динамического роста – характеризуется меньшим риском, стабильным ростом и долгосрочным планированием. Проводится мониторинг результатов на предмет соответствия общим целям. Предполагается, что персонал закреплен на определенной позиции с набором задач, получение вознаграждения предусмотрено по четким критериям.

3. Стратегия прибыльности – сокращение финансовых издержек, отсутствие набора персонала, широкая управленческая система. В этой стратегии персонал отбирается по жестким критериям, а вознаграждается на основе стажа.

4. Ликвидационная стратегия – при значительном снижении прибыли предполагает сокращение деятельности. Набор маловероятен, но есть возможность помощи в

трудоустройстве. Оплата труда растет медленно, развитие персонала происходит только по необходимости.

5. Стратегия преобразований – целью является предотвращение ликвидации организации. Предполагает резкое сокращение затрат и персонала ради стабилизации общего состояния. Оплата труда тесно связана с результатами деятельности, но возможно стимулирование [2].

Несмотря на различные цели стратегий, все они должны учитывать: основные права сотрудников (безопасные условия труда и охрана трудовых и личных прав человека), справедливость заработной платы, необходимость поддержания здоровой конкуренции и благоприятной атмосферы внутри коллектива, развитие профессиональных навыков и повышение квалификации сотрудников, поддержку их профессионального развития, а также кодекс деловой этики.

Для реализации любой из стратегий управленцу необходимо владеть разнообразными практиками, направленными на оптимизацию процесса подбора и адаптации сотрудников и развития корпоративной культуры. Эти практики можно разделить на несколько основных групп:

1. Оптимизация процесса подбора и адаптации сотрудников. Для подбора персонала используются современные инструменты: ATS (системы отслеживания кандидатов) и CRM (customer relationship management) для рекрутинга [3]. Эти системы ускоряют процесс поиска подходящих кандидатов и повышают его качество за счет автоматизации задач. Для адаптации новых сотрудников проводится внедрение менторских программ. Помощь опытных сотрудников более молодым решает сразу две проблемы: ускоряет адаптацию и улучшает отношения внутри коллектива.

2. Развитие корпоративной культуры и удержание талантливых кадров. Корпоративная культура определяет, как сотрудники взаимодействуют друг с другом, с клиентами и партнерами. Для ее развития необходимо создать корпоративные ценности, поощрять инициативность, организовывать открытое общение между работником и его непосредственным руководителем, уделять внимание корпоративным мероприятиям и созданию сплоченной команды сотрудников. Стратегия удержания талантов и снижения текучести кадров предполагает грамотное управление карьерным ростом сотрудников, планирование преемственности, ориентирование на индивидуальные потребности сотрудников. Необходимы комплексные программы, включающие материальное стимулирование и нематериальное поощрение, разработку четко структурированных документов, отображающих условия получения вознаграждений, участие в разрешении внутриколлективных конфликтов и предоставление возможностей личностного развития сотрудников.

3. Программы обучения и повышения квалификации сотрудников. Систематическое обучение не только новых, но и опытных работников способствует интенсивному развитию потенциала сотрудников и увеличению производительности фирмы.

4. Внедрение цифровых технологий. Использование инновационных систем и программного обеспечения позволяет автоматизировать многие аспекты работы отдела HR. Интеллектуальный анализ данных (Big Data) и машинное обучение открывают возможности для прогнозирования потребностей в персонале и повышения эффективности управленческих решений.

Стратегии УЧР выбираются в зависимости от целей и ресурсов организации и необходимы для максимизации развития потенциала работников. Управление человеческими ресурсами в условиях современной нестабильности требует от организаций умения быстро реагировать на изменения и создавать условия для эффективной производительности и удовлетворенности сотрудников с помощью разнообразных практик управления, совершенствующихся и развивающихся каждый день.

Литература и источники

1. Исследование стратегий управления человеческими ресурсами организации и процесса выбора стратегии управления. Перепадин К. К., Сафронов С. Д., Алехожина А. А. // Modern Science. – 2020. – № 6-1. – С. 174-179.
2. Морозова Н.П., Еременская Л.И. Стратегии управления человеческими ресурсами // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2021. № 3 [Электронный ресурс]. URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2021/12/17324> (дата обращения: 10.05.2024).
3. Управление человечески ресурсами – лучшие практики в управлении персоналом. 2024. [Электронный ресурс]. URL: <https://copymate.app/ru/blog/multi/%d1%83%d0%bf%d1%80%d0%b0%d0%b2%d0%bb%d0%b5%d0%bd%d0%b8%d0%b5-%d1%87%d0%b5%d0%bb%d0%be%d0%b2%d0%b5%d1%87%d0%b5%d1%81%d0%ba%d0%b8%d0%bc%d0%b8-%d1%80%d0%b5%d1%81%d1%83%d1%80%d1%81%d0%b0%d0%bc%d0%b8/> (дата обращения 09.05.2024).
4. Федеральные органы исполнительной власти в России: вопросы организации деятельности и управления персоналом / М. В. Громова, А. В. Бородкин, В. А. Быков, А. Р. Колесова. – Ярославль : СОЮЗ-ПРЕСС, 2020. – 140 с. – ISBN 978-5-6044447-9-5. – EDN RISTKL.

Научный руководитель – старший преподаватель Громова М.В., Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

УДК 316.354

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ КАРЬЕРОЙ НА ПРИМЕРЕ СУДЕЙ ФУТЗАЛА

Кальмуцкий В.О.

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»
v.kalmutskiy@gmail.com

***Аннотация.** Карьера спортивных судей отличается от традиционных видов карьеры. Связано с это с тем, что спортивные судьи находятся в состоянии постоянной конкуренции друг с другом. Для того, чтобы судья получил повышение, он не просто должен соответствовать критериям судьи более высокого уровня, он должен быть лучше других судей. В связи с этим мы предлагаем рассматривать карьеру спортивных судей через призму конкурентной (или соревновательной) карьеры, используемой в теории турниров. Конкурентная карьера создает особые вызовы для спортивных ассоциаций, с тем чтобы обеспечить равные условия для «соревнований» между судьями.*

***Ключевые слова:** конкурентная карьера, спортивные судьи, футбол.*

Традиционный взгляд на карьеру подразумевает, что сотрудник стремится линейно продвигаться по карьерной лестнице, занимая все более высокие должности [1, с. 30]. Впоследствии было показано, что это не единственный возможный вид карьеры, однако, большинство подходов к карьере так или иначе подразумевают модель, при которой сотрудник получает более престижную должность за счет того, что приобретает новые навыки, соответствующие такой должности.

В качестве альтернативного взгляда на карьеру в теории турниров возникло представление о конкурентной (соревновательной) карьере. Теория турниров предполагает, что сотрудники, по крайней мере на некоторых должностях и в некоторых сферах:

руководители, политики, и т.п. находятся в конкурентной борьбе между друг другом внутри организации, чтобы занять более престижную должность, т.н. «приз». С точки зрения теории турниров вознаграждение на более высокой должности мотивирует на работу не только занимающего эту должность, но и сотрудников должностью ниже [2].

Если обратиться к спортивному судейству, то мы увидим, что в данном виде деятельности конкурентная карьера проявляется особенно сильно. Карьерную лестницу спортивного судьи можно представить в виде трехступенчатой пирамиды. Нижняя ступень — региональные судьи, средняя — всероссийские, верхняя — международные. Внутри каждой ступени могут существовать дополнительные карьерные уровни, но они отличаются в зависимости от видов спорта и страны.

В футболе ежегодно принимается решение, кто из спортивных судей перейдет на ступень или уровень выше, а кто опуститься на ступень или уровень ниже. Отбор происходит путем сопоставления кандидатов между собой. Поскольку спортивное судейство требует познаний в определенном виде спорта, в отличие от многих других профессий, спортивный судья, как правило, не может получить более престижную должность за счет смены работодателя. Кроме того, конкуренция за более высокие места очень высокая. Если футбольных судей регионального уровня в стране несколько тысяч человек, то уже на международном — около десяти. Повышение в уровне карьеры не гарантирует, что в следующие годы или через несколько лет, спортивный судья не будет понижен путем замены на более перспективного или талантливого судью. Подобная ситуация позволяет говорить о том, что карьера спортивных судей формируется в виде конкурентной (соревновательной) карьеры.

Важно подчеркнуть, что с точки зрения системы футбола, каждая ступень (международная, национальная, региональная) обладает высоким уровнем автономии. В целом, скорее действует принцип «каждая федерация самостоятельно решает вопросы подготовки спортивных судей для себя». Т.е. у национальной федерации нет обязательств перед региональными федерациями готовить судей регионального уровня.

Если такой принцип реализуется в радикальной форме, это создает определенные проблемы для самой национальной федерации.

В первую очередь, необходимо указать на неравенство региональных федераций в России между собой. Различия заключаются в финансовых возможностях, климатических условиях, географических размерах, плотности населения и т.п. Подобные различия могут приводить к тому, что целые группы регионов не могут в полной мере раскрыть человеческий потенциал спортивных судей своего региона, которые могут недополучать не только финансовую поддержку, но также учебную и методическую по причине отсутствия специалистов и учебных материалов в этом регионе. Для национальной ассоциации это означает нехватку кадрового резерва, поскольку потенциально талантливые судьи не смогли приобрести навыки по независящим от себя причинам.

Другая проблема заключается в необходимости выстраивания справедливой системы отбора региональных судей на национальный уровень. Поскольку речь идет о конкурентной карьере, где судьи участвуют в соревновании друг с другом, важно обеспечить уверенность в том, что отбор судей на более высокий уровень происходит на справедливой и честной основе. Если продвижение судей происходит на основании исключительно рекомендаций доверенных лиц, утрачивается вера в справедливость отбора, что негативно сказывается на мотивации, а, следовательно, на развитии и удержании спортивных судей.

В связи с этим Российский Футбольный союз последовательно реализует подход, при котором национальная ассоциация берет на себя дополнительные обязательства по подготовке и справедливому отбору региональных спортивных судей. Поскольку национальная ассоциация способна консолидировать у себя большие ресурсы и более сильных специалистов, она имеет больше возможностей для реализации задач, стоящих перед региональными федерациями.

Формами участия национальных ассоциаций в развитии регионального судейства могут быть:

1) Подготовка учебных материалов за счет возможности видеонарезки спортивных моментов с комментариями судейских специалистов;

2) Проведении учебных занятий, в т.ч. в удаленных форматах с использованием систем видео-конференц связи.

3) Изменение подхода к проведению юношеских соревнований, когда на матчи данного уровня назначаются не опытные судьи, а молодые перспективные судьи с целью их отбора для судейства соревнований более высокого уровня и продвинутой подготовке перед таким переходом.

4) Проведение смотровых матчей, когда специалисты из национальной ассоциации просматривают судейство перспективных региональных судей на определенной категории соревнований.

И др.

Тот факт, что спортивные судьи находятся в состоянии конкурентной карьеры, предполагает, что эффективное управление такой карьерой со стороны национальной ассоциации может достигаться за счет создания равных возможностей в своем развитии и справедливой конкурентной среды. В условиях объективного неравенства между регионами, усиление роли национальной ассоциации в карьере спортивных судей будет позитивно влиять на их карьеру.

Литература и источники

1. Широкова, Л. В. Планирование профессиональной карьеры: учеб. пособие / Л. В. Широкова; Юго-Зап. гос. ун-т. – Курск, 2019. – 202 с. – Библиогр.: с. 176–180.

2. Connelly B. / Tournament Theory: Thirty Years of Contests and Competitions / B. Connelly, L. Tihanyi, T. Crook, K. Gangloff // Journal of Management. – 2013. – № 40. – с. 16-47. – DOI: 10.1177/0149206313498902 (дата обращения: 06.05.2024).

УДК 005.962.11:316.346.32

ОСОБЕННОСТИ ОТНОШЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ «ПОКОЛЕНИЯ Z» К ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Клёмина А.П.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Klemina_nasta@mail.ru

***Аннотация.** В публикации предпринята попытка выявления особенностей отношения поколения Z к тайм-менеджменту. Были использованы методы анкетирования и анализа уже ранее представленных исследований. В ходе исследования отмечается, что сами характеристики поколения влияют на их отношение к управлению временем. Также в статье представлены результаты опроса и выявлены конкретные отличительные черты по поводу отношения к тайм-менеджменту, такие как: информационные технологии, мобильность, желание жить в балансе, потребность в мгновенном результате, многозадачность. Также затрагивается, каким образом поколение информационных технологий приспособило свои методы распоряжения временем исходя из развития мира. Данная статья поможет рассмотреть данную проблему более тщательно.*

Ключевые слова: поколение Z, черты поколения, тайм-менеджмент, отношение к тайм-менеджменту, планирование, управление временем, цифровые технологии, многозадачность, план, задачи, цели, результат.

Теория поколений, разработанная в 1991 году американскими учеными Н. Хоу и У. Штраусом, основана на предположении о наличии у каждого поколения людей уникальных характеристик, системы ценностей, убеждений и поведенческих особенностей, которые определяются историческим контекстом и соответствующей социальной средой [1].

Исследование особенности отношения представителей «поколения Z» к тайм-менеджменту обусловлено тем, что, с одной стороны, именно они сегодня составляют большую часть студентов высших и средне-специальных учебных заведений, а с другой стороны – их профессиональное становление будет происходить в условиях возрастающей динамики изменений на рынке труда и усиления значимости так называемых «мягких» навыков, в том числе самоорганизации и управления временем, для освоения постоянно обновляющихся знаний и дальнейшей самореализации в любой выбранной профессии.

Поколение Z – это поколение, которое следует за поколением миллениалов (поколение Y) и предшествует поколению альфа. Хотя точные границы этого поколения не всегда чётко определены, обычно предполагается, что к поколению Z относятся люди, которые родились примерно с середины 1990-х до начала 2010-х годов [2].

Родившиеся в двухтысячных не представляют, как выглядел мир без цифровых технологий и интернета. Название поколения произошло от английского глагола zoom - увеличивать, приближать - так как эту функцию в гаджетах они узнают практически с рождения. Интернет дает им возможности для знакомств, работы и развлечений. Это способ увидеть весь мир и показать себя всему миру [1].

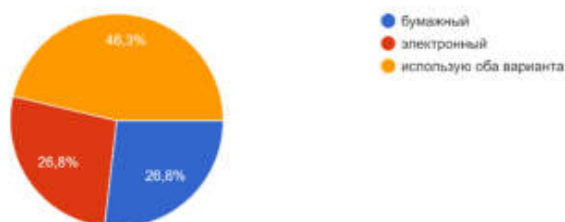
Особенности отношения к тайм-менеджменту были выявлены на основе отличительных черт изучаемого поколения, а также в результате проведенного исследования, для которого была разработана онлайн анкета, состоящая из 10 вопросов. Основные вопросы анкетирования состояли в том, как поколение относится к тайм-менеджменту, какие методы управления временем использует, почему и для чего применяет их, а также как влияет тайм-менеджмент в целом на жизнь поколения Z. Выборка была составлена случайным образом.

Был опрошен 41 человек, в возрасте 16-25 лет, в том числе: 8 школьников старших классов (20% выборки), 20 студентов (49%), 9 работающих (22%), 1 самозанятый (2%), 1 индивидуальный предприниматель (2%), 1 работающий студент (2%), 1 самозанятый школьник (2%).

К числу особенностей отношения представителей поколения Z к тайм-менеджменту отнесены следующие:

1) использование цифровых инструментов. Представители поколения Z активно используют мобильные приложения, онлайн-календари, уведомления и другие цифровые инструменты для организации своего времени, тем самым делая свое планирование более доступным и быстрым (26.8%). Но стоит отметить, что также многие не пренебрегают использованием и бумажных вариантов (26.8%);

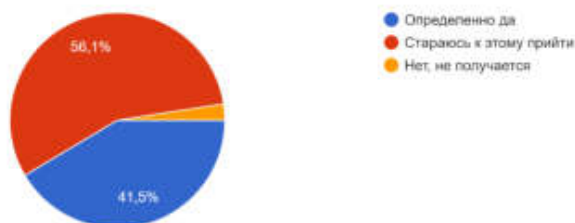
Вы предпочитаете бумажный или электронный вариант для планирования?
41 ответ



2) клиповое мышление. Исходя из анализа черт самого поколения можно выделить клиповость. Именно этот фактор влияет на забывчивость и рассеянность поколения Z, также опрос подтвердил, что многие используют методы тайм-менеджмента из-за слабой памяти и потери концентрации.

3) забота о работе-жизнь в балансе. Поколение Z уделяет внимание балансу между работой и личной жизнью, их подход к тайм-менеджменту часто включает в себя стремление к эффективной организации времени ради достижения гармонии в различных аспектах жизни. Поколение Z уверено, что тайм-менеджмент является средством достижения баланса в карьере и личной жизнью (41.5%), и часть опрошенных также пытается наладить свой баланс при помощи методов тайм-менеджмента.

Можете ли вы сказать, что тайм-менеджмент способствует вашему балансу в карьере и личной жизни?
41 ответ

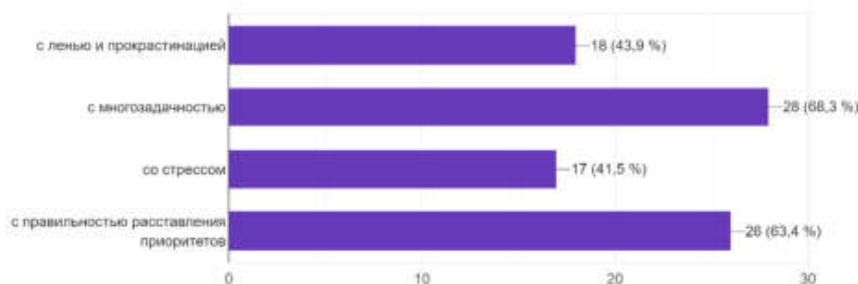


4) потребность в мгновенном результате. Поколение Z очень любит видеть результат проделанной работы. Благодаря своему усиленному использованию технологий и привычке к мгновенным результатам, представители поколения Z, как правило, стремятся к быстрой и эффективной организации своего времени.

5) люди, родившиеся в 1990-2010 годах, считаются многозадачными, отсюда вытекает необходимость узнавать методы управления временем и постоянно их улучшать, чтобы успевать выполнить все задачи и не упустить что-то (68.3%).

Также, поколение Z из-за огромного количества цифровых технологий и многозадачности часто находятся в стрессе, переживаниях, которые могут стать причиной депрессии и апатии (41.5%). Именно поэтому они используют навыки тайм-менеджмента, ведь так они наглядно видят, какие у них цели, как их можно добиться и сколько у них на это времени.

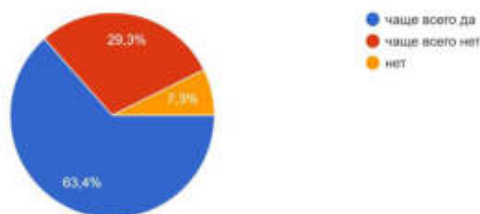
С чем вам помогает справиться тайм-менеджмент?
41 ответ



Если рассматривать обычный день человека поколения Z, то можно выделить основные характеристики: они очень любят составлять план на день и чаще всего расстраиваются, если что-то из него не выполняют.

Расстраиваетесь ли вы, когда не выполняете что-то из вашего плана?

41 ответ



У большинства план состоит из общих задач и целей на день, но не мало и тех, кто планирует обычный день более тщательно. План им нужен для наглядной структуры своего дня, спокойного планирования и распоряжения своим временем, напоминания о текущих целях, для продуктивного дня и, конечно, для четкого видения своего результата и, конечно, для правильного расставления приоритетов. Также они знают сколько времени они тратят на разные задачи и пытаются оптимизировать его.

Подводя итог, можно сказать, что были выявлены основные особенности отношения поколения Z к тайм-менеджменту на основе проведенного опроса и анализа уже существующих исследований. Результаты показали, что большая часть опрошенных знает и использует различные методы тайм-менеджмента в соответствии с технологиями и информатизацией, но также значительный процент поколения использует тайм-менеджмент на интуитивном уровне и не осознает до конца все способы управления временем, поэтому могут иметь проблемы со стрессом, многозадачностью и не выполнением заявленного плана, поставленных целей. Также, тайм-менеджмент способствует наглядности актуальных задач, бережному отношению к своему времени и повышению организованности и дисциплинированности.

Литература и источники

1. Теория поколений в России: особенности X, Y, Z и Альфа - Российская газета: [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2024/03/01/teoriia-pokolenij-chem-otlichaiutsia-zumery-bumery-millenialy-pokoleniia-x-i-alfa.html> (дата обращения: 10.04.2024)
2. Что такое поколение Z: особенности и характер «цифровых» детей – Lenta.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/articles/2023/11/29/что-такое-pokolenie-z/> (дата обращения: 10.04.2024)
3. Сергеева, Т. А. Влияние удовлетворенности персонала на повышение вовлеченности / Т. А. Сергеева // Журнал социологических исследований. – 2023. – №. 4. – С. 73-77. URL: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/71027/view> (дата обращения: 20.04.2024).
4. Сазонов, А. Д. Теория поколений. Поколение Z на рынке труда: перспективы. В сборнике: Общество, политика, финансы. Материалы Российской научно-технической конференции. Новосибирск, 2022. – С. 159-162.
5. Бондарева, А. А. Тайм-менеджмент как один из способов повышения эффективности работы менеджера / А. А. Бондарева // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2022. – № 10 (74). – С. 208-212.
6. Психологические особенности поколения Z // ncbgd.tatarstan.ru URL: https://ncbgd.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_3409141.pdf (дата обращения: 21.04.2024)

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Табашникова О.Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 338.1

НОВЫЕ ФОРМЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Кондратьева А.А.

Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза,
летчика-космонавта А.А. Леонова
anaconda03@yandex.ru

Аннотация. В данной статье рассматривается деятельность предприятий в условиях санкций. Какое влияние оказывают санкционные ограничения на деятельность фирм и как они адаптируются к изменившимся обстоятельствам. Изложены результаты текущего исследования, которые подтверждают создание и развитие новых форм бизнеса в России.

Ключевые слова: санкции, бизнес, новые торговые партнёры, новые возможности развития.

Введение. В последние годы количество санкций со стороны западных стран резко увеличилось. Санкции создают определенные трудности для развития отечественной экономики. В тоже время, санкционные ограничения являются катализатором для развития отечественной экономики [1]. Появляются новые стратегии и возможности, которые могут не только сохранить темпы роста, но и приумножить их. Более того, эксперты отмечают, что уход части иностранных компаний помог местным производителям занять освободившиеся ниши и развить производство новой продукции [2].

Методы. В качестве методов научного исследования использовались анализ, синтез и другие теоретические методы, а также и эмпирические методы. Проводилось анкетирование среди респондентов, обучающихся в высшем учебном заведении. Анкета была составлена с применением наиболее простой в организации опросов в социальной сети Telegram.

Результаты. Путем опроса были выявлены новые формы ведения бизнеса. Например, в условиях внешнеторговых ограничений дистанционный формат ведения бизнеса стал наиболее популярным, так как у многих были производства в других странах. Теперь есть возможность реализовывать свой товар на маркет-плейсах. Более того, 70% опрошенных отметили, что в основном покупают всё на маркет-плейсах, что доказывает успех онлайн-бизнеса.

Международная интернет-торговля успешно развивается. Санкции не могут помешать выгодно торговать, так как в условиях рынка все хотят что-то продавать и зарабатывать на этом.

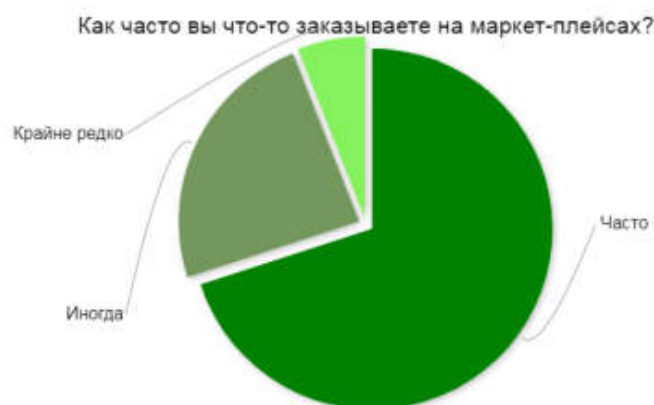


Рисунок 1 - Бизнес на маркет-плейсах

Другое направление - онлайн-образование. В связи с нестабильной экономической обстановкой многие люди мигрировали в другие страны, среди которых были и преподаватели. 65% респондентов указали на то, что активно проходят курсы в дистанционном виде. Это указывает на то, что многие люди, даже уехав, могут продолжать заниматься своим делом, и заниматься им успешно.

Третье направление - внутренний туризм, который с недавних пор начал развиваться. В связи с некоторыми политическими событиями многие страны либо запретили, либо усложнили въезд для российских граждан. Это стало толчком для развития туризма внутри России. Только за уходящий 2023 год россияне отправились в путешествия 137 миллионов раз. Также, опросив наших студентов, мы выяснили, что большинство из них (68%) путешествовали по России за последние два года [3].

Четвертое направление – торговля с Китаем и другими странами Азии, Африки и Латинской Америки. Санкции подтолкнули многих сменить курс с Запада на Восток. Как оказалось, торговать с Китаем дешевле. Также у них хорошо развиты высокие технологии, что позволяет нам не производить это самим и просто импортировать из Китая с соотношением качества и цены. Напомним, что по данным главного таможенного управления КНР, за первые три квартала 2023 года товарооборот России и Китая вырос на 29,5%, составив рекордные \$176,5 млрд. За отчетный период Китай ввез на территорию России товаров на \$81,4 млрд, показав рост в 56,9%. Поставки из России в Китай за тот же период составили около \$94,9 млрд, показав рост в 12,7%. Таким образом, торговое сальдо остается в пользу России.

Заключение. Результаты проведенных исследований дают основание утверждать, что санкции и последующие меры, введенные против Российской Федерации, наряду с трудностями открывают и новые возможности. Появляются новые перспективные виды бизнеса, которые способны заменить прежние внешние связи и создать базу для будущего роста отечественной экономики к их числу можно отнести онлайн торговлю, онлайн образование, внутренний туризм, развитие торговых связей с новыми партнёрами.

Литература и источники

1. Воронова, С.М., Ордынская О.Н. Санкции и их влияние на деятельность российских предприятий / С. М. Воронова, О. Н. Ордынская // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2022. – №4 (54). [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/sanktsii-i-ih-vliyanie-na-deyatelnost-rossiyskih-predpriyatiy> (дата обращения: 12.04.2024).

2. Россия использовала санкции для развития: как экономика выстояла в 2022 году [Электронный ресурс] <https://tass.ru/ekonomika/17152135/amp> (дата обращения 12.04.2024).

3. Внутренний туризм [Электронный ресурс] <https://www.5-tv.ru/news/459955/pochti-140-millionov-2023j-stal-rekordnym-dla-vnutrennego-turizma-vrossii/> (дата обращения: 12.04.2024).

Научный руководитель – д-р экон. наук., проф. Федотов А.В., Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова

УДК 004:005.95

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Кононова К.П.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

kononova570@gmail.com

***Аннотация.** На сегодняшний день практически невозможно представить деятельность современных компаний без использования информационных технологий. Они играют все более значимую роль в каждой сфере жизни и неизбежно проникают в систему управления персоналом организаций, что несомненно является огромным плюсом, поскольку использование ИТ позволяет оптимизировать множество операций по отношению к персоналу: приём и увольнение, обучение и повышение квалификации сотрудников, расчёт заработной платы и многое другое. В статье рассматривается значение информационных технологий для сферы управления персоналом, а также различные типы информационных систем, используемые в российской практике.*

***Ключевые слова:** персонал, информационные технологии, управление, информационные системы.*

Информационные технологии позволяют обеспечить своевременное получение, передачу и обработку информации. Их стратегической задачей является повышение конкурентоспособности организации на рынке за счёт приумножения эффективности её деятельности. Этот процесс связан с повышением профессиональных компетенций компании и её сотрудников, производительности труда как индивидуально, так и внутри коллектива, а также с обеспечением внутриорганизационной коммуникации.

Информационные технологии уже давно внедряются и повсеместно используются компаниями. В современном мире практически невозможно представить работу ни одной службы какой-либо компании без использования различных программных обеспечений, информационных систем и т.д. В частности, это касается и кадровой службы. Но несмотря на такое положение дел, качества и количества собираемой информации оказывается недостаточно для принятия различного рода управленческих решений.

Это происходит по нескольким причинам [1]:

1. собранные данные о кадрах не отличаются полнотой, по сравнению с другими сферами (маркетинг, логистика, производство, закупки и др.). Информация по многим направлениям собирается не в полной мере или утаивается потенциальным работником во время собеседования на должность;

2. собранная информация о сотрудниках изначально не структурируется, вследствие чего может возникнуть путаница;

3. очень часто собранная информация попросту не анализируется, вследствие чего становится непригодной для работы и не приносит пользы. В таком случае временные ресурсы затрачиваются напрасно.

Любая автоматизация, т.е. внедрение ИТ подразумевает под собой определение двух сторон:

С одной стороны, такое решение даёт возможность сотрудникам избежать рутинной, повседневной работы для того, что сместить фокус на более интересных, «креативных» задачах.

С другой же стороны – внедрение ИТ влечет за собой такое явление как сокращение числа вакантных мест.

Любая автоматизация или внедрение информационных технологий создают внутри организации особое информационное поле. Составляющие такого поля неизбежно ведут к новым возможностям, в частности, для сотрудников: гибкий график, удаленная работа, удаленный контроль над результатами своей деятельности в офисе. Но несмотря на положительные стороны для сотрудников, руководству, в таком случае, будет необходимо перестраивать свою работу, а именно изменять методы контроля над деятельностью персонала, работающего из дома.

Как было сказано ранее, информационные системы в управлении персоналом предназначены для того, чтобы увеличить производительность отделов кадров и сотрудников компании в целом.

На разных по масштабу организациях, будь то малое, среднее или крупное предприятие, используются разные по функционалу информационные системы. Например, малые предприятия испытывают нужду первоначально в грамотном подборе и найме персонала, но вместе с расширением компании, изменяется и потребность в том или ином функционале информационных систем. Так, на более крупном предприятии, руководство делает упор на развитие персонала, для чего и внедряет информационные технологии.

В том числе по этой причине современные компании не могут использовать попросту все самые трендовые и популярные системы, отличия между которыми состоят в количестве рабочих мест, в скорости работы системы, в уровне сложности ее использования, стоимости, в возможностях разделения функций между пользователями.

На протяжении всего времени использования стационарных компьютеров в компаниях, сотрудники кадровой службы неизменно выполняли с помощью информационных систем (ИС) одни и те же задачи: подбор и отбор персонала, наём, увольнение, учёт всего состава работников, ежемесячная и ежеквартальная, годовая отчетность и многое другое.

В зависимости от функций, информационные системы в управлении персоналом разделяются следующим образом [2]:

1. многофункциональные экспертные системы. Позволяют проводить персональный учёт сотрудников (отбор, повышение квалификации сотрудников, приём, увольнение и др.);
2. экспертные системы, позволяющие анализировать персонал в рамках коллектива;
3. системы для автоматического расчёта заработной платы;
4. комплексные системы, сочетающие в себе первые три вида систем (помогают в формировании штатного расписания, позволяют анализировать движение кадров внутри фирмы, рассчитывать зарплату, выступают в качестве инструмента для хранения персональной информации по каждому сотруднику).

На данный момент существует множество примеров ИС управления персоналом, причём как отечественных, так и зарубежных. Одним из таких примеров является система «Контур. Персонал» - корпоративная система, пользующаяся популярностью в компаниях любого масштаба, как малых, так и крупных [3].

Программа позволяет осуществлять процесс управления персоналом и делопроизводством, проводить кадровый учёт, выпускать приказы и распоряжения. Также обеспечивает хранение личных дел сотрудников, информации о неявках и больничных, составление графика работы персонала; уведомляет о конце срока действия различных аттестаций сотрудников, помогает в составлении плана обучения. Преимуществом данного ПО, как и многих отечественных программ, является его относительно низкая стоимость.

Поскольку на данный момент направление информационных технологий развито довольно хорошо, многие отечественные и зарубежные ПО включают даже модули по оценке персонала.

В качестве примера стоит отметить ПО «Монолит SQL», в составе которого присутствует модуль «Управление персоналом». Разработчиком данного модуля является компания «Монолит – инфо» (г. Санкт-Петербург). Его назначение состоит в планировании и

организации обучения персонала, проведении курсов повышения квалификации, построение и внедрение системы оценки сотрудников, управление мотивацией персонала [4].

Данное программное решение и многие другие успешно применяются во многих отечественных компаниях и значительно упрощают работу кадровых служб.

Таким образом, на сегодняшний день существует огромное количество видов информационных систем, в зависимости от их функционала. Все они позволяют автоматизировать деятельность сотрудников отдела кадров, что напрямую связано с трансформацией методов управления во многих современных, продвинутых компаниях.

Таким образом, весь процесс управления персоналом состоит из множества, принимаемых ежедневно, решений, которые, в свою очередь, должны быть информационно обеспечены. В данном случае, информационные технологии, а в частности различные информационные системы и программные ПО позволяют правильно формировать, размещать и направлять всю информацию, что и позволяет грамотно принимать все необходимые управленческие решения.

Литература и источники

1. Федосеев, В. Н. Управление персоналом организации: Учебное пособие / В. Н. Федосеев, С. И. Капустин. – М.: Издательство «Экзамен». 2004 – 368с

2. Корнеев, И. К. Информационные технологии в управлении И. К. Корнеев, В. А. Машурцев. – М.: ИНФРА-М, 2012.

3. Страхович, Э. В. Информационные технологии и документооборот в управлении человеческими ресурсами. Лекции. ВШМ, 2016 (система BlackBoard)

4. Мостова, В. Д. Корпоративная социальная сеть – элемент системы профессионального обучения и развития персонала компании / В. Д. Мостова, В. М. Маслова // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. – 2014. – № 5. – С.157-165.

5. Спандершвили, Д. В. Роль корпоративных социальных сетей в повышении эффективности внутрифирменного менеджмента и межорганизационных взаимодействий / Д. В. Спандершвили, Г. Г. Мирошников // *Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии*. – 2009. – № 2 – С. 13-17.

6. 1С: Зарплата и управление персоналом 8/ [Электронный ресурс]// URL: <http://v8.1c.ru/hrm/> (Дата обращения: 14.04.2024)

7. Как используются административные методы управления персоналом / [Электронный ресурс]// URL: <http://opersonale.ru/upravlenie-personalom/upravlenie-personalom-upravlenie-personalom/kak-ispolzuyutsya-administrativnye-metody-upravleniya-personalom.html> (Дата обращения: 14.04.2024)

8. Ахметова, С. Г. Корпоративные социальные сети в деятельности компаний / С. Г. Ахметова // *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки*. – 2013 №21. – С. 77-80.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Грязнова Н.Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 331.08

ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ КОМПАНИЙ PEPSICO И ЭНИКОМ

Корсун Ж.А.

ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»

plotunovaz@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрен пример успешной логистической интеграции компаний «Пепсико Холдингс» и «Эником» через переход на 3PL услуги и внедрение портала обработки заказов. Описано влияние и возможное дальнейшее развитие данной интеграции.

Ключевые слова: дистрибуция, 3PL провайдер, обработка заказов, положительные эффекты, развитие.

Ведение бизнеса – сложный и трудоемкий процесс для каждого предпринимателя. Построение крупного и успешного бизнеса в сфере логистики и дистрибуции – цель, которую достигают лишь единицы. А для укрепления позиций на рынке компании делают выбор в пользу сотрудничества и интеграций с другими успешными компаниями. В данной статье речь пойдет об успешной логистической интеграции двух крупных организаций – ООО «Пепсико Холдингс» и ООО «Эником».

Компания PepsiCo — один из крупнейших в мире производителей продуктов питания и напитков под известными и любимыми брендами. В состав знакомых потребителю торговых марок входят: агуша, BioMax, Чудо, Pepsi, Lays, Cheetos, J7, Lipton, Чудо, Любимый, Ламбер, Я, Мажитэль и другие. В 2021 году выручка компании составила более 79 миллиардов долларов. Численность персонала компании — 315 тысяч человек на конец 2022 года.

Такому крупному поставщику, как PepsiCo было необходимо расширение во все регионы Российской Федерации, в том числе на дальний восток. Дистрибьютором товаров была избрана компания ООО «Эником». Начало сотрудничества с «Эником» датируется 2017 годом.

ООО «Эником» – крупнейший дистрибьютор рынка FMCG на Дальнем Востоке. По официальным данным выручка компании за 2022 год составила 13 302 428 000 руб., прибыль – 128 663 000 руб. Численность сотрудников – 997 человек. Эником Невада групп включает в себя 14 филиалов в различных городах Дальнего Востока, в том числе на Камчатке и Сахалине, а также имеет пакет более 40 контрактов. Каждый из филиалов имеет собственную складскую зону хранения. Общая площадь – более 52 000 м² современных складских комплексов, вместимость около 41 000 паллетомест. Каждый склад имеет собственную службу безопасности, организованное видеонаблюдение, фото и видео фиксацию процессов сборки и отгрузки, действуют строгие внутренние регламенты. Все это сводит к минимуму факторы риска и гарантирует сохранность товара.

В начале совместной работы «Эником» выступал дистрибьютором для PepsiCo. «Эником» выполнял такие процессы в работе, как хранение, переработка груза на складе, распределение и доставка до конечного покупателя.

В 2022 году Дальневосточным отделением PepsiCo было принято решение о выборе «Эником» как 3PL провайдера своих товаров и услуг. Выбор системы совместного управления поставками позволяет PepsiCo работать в более тесном контакте с клиентами и лучше контролировать расходы на доставку. Использование информации, полученной в ходе процесса (продажи и складские запасы клиента), дает компании большую отзывчивость и спокойствие при управлении заказами клиентов. Суть проекта заключалась в переходе с хранения 3PD на 3PL с внедрением PepMarket на системе IDMS для оптимизации работы. Если при системе 3PD (Third Party Distribution) – компания напрямую работает с

дистрибьюторами, заказы в торговой точке берет торговый представитель дистрибьютора, продающий весь ассортимент дистрибьютора, далее дистрибьютор своими силами доставляет заказа в точку, то при 3PL (Third Party Logistics) – заказы обрабатываются через поставщика, но доставляются оператором 3pl услуг.

После вступления в силу данного решения были интегрированы такие области логистики как снабжение и распределение. Решение об интеграции было сделано на основании нескольких показателей дистрибьютора «Эником»: достаточно высокий для данного региона уровень автоматизации складских процессов (внедрение штрихкодирования, зонирование складов, автоматизация приемки товара, адресное хранение и т.д.), успешная работа с системами WMS, высокие показатели товарооборота, поддержание высокого уровня сервиса для клиентов.

Цели внедрения данной интеграции:

- автоматизация сквозной цепочки от закупок до продаж для обеспечения прозрачности и снижения трудозатрат на учет данных операций в системе;
- автоматизация формирования документов для декларирования товаров, включая загрузку ГТД в учетную систему из файла от таможенного брокера;
- повышение уровня сервиса для клиентов;
- уменьшение списаний и более детальный контроль за сроками годности и остаточными сроками;
- автоматизация и ускорение процессов сбора и обработки заказов.

Автоматизация всех логистических процессов 3PL-провайдера ООО «Эником» позволяет полностью управлять ими. Были усовершенствованы процессы учета складских запасов, управление ходом приема, обработки и отгрузки товара на складе, штрихкодирования товара, доставки и отправки платежных документов. После начала данной интеграции каждая из компаний отметила положительные эффекты. Положительные эффекты для «Эником»:

- Возможность сортировки сроков для выкупа товара;
- Минимизация списаний и сверхстоков;
- Out-of-stock «ложится на плечи» PepsiCo;
- Уменьшение рабочего времени, требуемого для обработки заказов;
- Внедрение прозрачной системы сбора заказов PepMarket;
- Увеличение АКБ на 2% и прибыли на 1,8%.
- Эффекты интеграции для PepsiCo:
- Использование мест для хранения непосредственно на складах Эником;
- Уменьшение затрат на логистику на 5%;
- Передача процесса обработки заказов 3pl оператору;
- Поднятие уровня сервиса клиентам до 99,1%, что в свою очередь повлияло на повышение заказов от клиентов на 7%.

Для взаимодействия PepsiCo и Эником был запущен портал PepMarket. PepMarket основан на системе IDMS (англ. Integrated Distribution Management System): это комплексное решение для эффективного взаимодействия с партнерами, включая работу с полной цепочкой документов, сопровождающих поставку — от заказа до электронного счета-фактуры. Данный портал стал помощником в реализации перехода на 3PL хранение. PepMarket не требует интеграции с учетной системой компании, обладает простым и понятным интерфейсом, при этом может легко модифицироваться с учетом потребностей любого заказчика. Портальное решение позволяет легко создавать шаблон заказа и копировать его в дальнейшем, при этом ответственный сотрудник компании сможет подключиться к PepMarket с любого устройства с доступом в интернет. Система не требует дополнительных человеческих ресурсов для обслуживания и может администрироваться собственными специалистами заказчика.

В целом итогами проделанной работы стали не только эффекты для каждой компании в отдельности, но и совместные достижения, такие как: уменьшение бумажного документооборота на 14%, оптимизация трудозатрат: весь процесс теперь обеспечивает на 2% меньше сотрудников с обеих сторон.

Стоит отметить, что данная интеграция еще не завершена в том виде, какой ее хотят видеть обе компании. В перспективе развития внедрение обновленных ТСД (терминалы сборов данных) и систем Pick-by-Vision (Очки дополненной реальности на складе) совместными силами Эником и PepsiCo. Ожидаемый эффект Экономии на пробегах техники и количестве сотрудников от 18 до 40% от текущих расходов.

Как предстоит работать с очками виртуальной реальности: сотрудникам склада выдаются заранее настроенные очки, которые связаны с WMS системой по беспроводной связи. В коллаборации между очками виртуальной реальности и WMS происходит выдача заданий, выстраивание маршрутов и другие ежедневные операции, которые сейчас выполняются сотрудниками склада. Преимуществами данной технологии является:

- Повышение производительности кладовщиков: ускорение действий по сканированию штрихкодов, отсутствие физического взаимодействия с клавиатурой терминала сбора данных;
- Повышение уровня комфорта работы: очки смогут выстраивать путь стрелками навигации до необходимой ячейки или контейнера, откуда необходимо отобрать товар, также можно настроить данные о том, сколько необходимо взять или положить СКЮ;
- Повышение точности операций: контроль со стороны системы за сотрудниками, их действиями и движениями в рабочее время;
- Повышение безопасности работы: так как руки оператора при использовании очков виртуальной реальности свободны и внимание сконцентрировано, появляется возможность лучше контролировать ситуацию вокруг.

Данная перспектива не только повысит эффективность работы компаний в сфере их интеграции, но и укрепит сотрудничество и деловые связи, что в свою очередь положительно повлияет на конечного потребителя наличием и разнообразием товара, а также его бюджетной и комфортной для покупки ценой.

Литература и источники

1. Мищенко, А. В. Методы и модели управления ограниченными ресурсами в логистических системах / А. В. Мищенко. – 2-е изд., доп. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 185 с. – (Высшее образование: Бакалавриат)
2. Моисеева, Н. К. Экономические основы логистики / Н. К. Моисеева, С. П. Олейник. – 2-е изд., доп. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 578 с. – (Высшее образование: Бакалавриат)
3. Куршакова, Н. Б. Логистический менеджмент: учебник / Н. Б. Куршакова, Г. Г. Левкин. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 399 с. – (Высшее образование)

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Неверова Е.В., ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»

УДК 331.108.2

НОВЫЕ ВЫЗОВЫ В НАЙМЕ ПЕРСОНАЛА: РИСКИ И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Круговых Д.А.

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»
dmitriy.krugovih@mail.ru

***Аннотация.** В работе рассмотрены риски и возможности для современных организаций в сфере найма персонала в свете новых вызовов. Актуальность аргументируется отсутствием осознания у большинства работодателей изменений в процессе найма персонала. Это формирует повышенную вероятность реализации рисков и невозможность использования перспектив. В заключении статьи выделяется важность применения на практике представленных авторских рекомендаций для нивелирования рисков и применения возможностей.*

***Ключевые слова:** наем персонала, кадровый резерв, дефицит кадров, универсальность работников, рынок кандидата.*

Уход многих иностранных организаций с российского рынка, начавшийся еще в феврале 2022 года, продолжает генерировать новые вызовы, риски и возможности для отдела кадров в рамках найма. Если все эти элементы не учитывать и не осуществлять ряд необходимых мероприятий, возможности могут быть упущены, а риски – реализованы. Несмотря на это, многие организации продолжают реализовывать стандартную стратегию в отношении найма работников, что является ошибкой. Таким образом, актуальность имеет, как представление ключевых вызовов, рисков и возможностей, так и предложение автором практических рекомендаций по решению ситуации.

Наиболее существенным вызовом, который формирует, как возможности, так и риски, является постоянное изменение рынка труда в двух направлениях – рынок работодателя и рынок кандидата. Так, с февраля 2022 года и в течении около года имел место рынок работодателя, так как высвободилось колоссальное количество кадров, в том числе ценных [1]. Те организации, которые имели хорошую систему найма и отбора, а также были привлекательны для кандидатов, смогли получить ценных работников. В 2024 году ситуация изменилась – на данный момент имеет место рынок кандидата – потенциальные сотрудники диктуют свои условия работодателю, могут выбирать среди множества предложений. Такая ситуация привела к тому, что ряд фирм не может полностью закрыть вакансии, так как возможности следовать условиям кандидата нет, потому выбирают иную организацию. Как итог, имеет место дефицит работников у некоторых компаний. В дальнейшем ситуация может ухудшиться после возвращения иностранных организаций на российский рынок, потому уже сейчас необходимо реализовать верные меры по нивелированию риска.

Для минимизации реализации данного риска, можно рекомендовать реализовывать комплексный подход к найму работников. В его рамках организации необходимо:

1. Идентифицировать, как количественные, так и качественные потребности организации в человеческих ресурсах, исходя из дальнейшей стратегии развития фирмы;
2. Изучить все возможные каналы пополнения кадров, выбрав наиболее результативные;
3. Выделить для каждой вакансии критерии, являющиеся наиболее важными при решении о найме работника. Особое внимание рекомендуется уделить не только традиционным квалификационным и профессиональным качествам, но и личностным, эмоционально-психологическим;
4. После найма работника, необходима его адаптация и обучение.

В рамках комплексного подхода рекомендуется особое внимание уделить следующим двум аспектам, позволяющим наиболее полно покрыть риск возможного дефицита кадров. Во-первых, речь идет о кадровом резерве, который является одним из важнейших современных каналов получения кадров. Во-вторых, необходимо формировать на рабочем месте универсальных сотрудников [3]. Далее через демонстрацию следующих возможностей и рисков продемонстрируем необходимость внедрения двух этих инструментов в комплексный подход к найму работников.

Кадровый резерв сейчас является обязательным инструментом для любой организации потому, что, несмотря на трудоустройство большинства ценных кадров, высвободившихся после ухода, такие кандидаты, либо сохранились, либо пополняют российский рынок (процесс ухода иностранных организаций не завершен), либо вновь становятся высвободившимися человеческими ресурсами. В результате, даже если организация не имеет свободных вакансий сейчас, необходимо формировать кадровый резерв для наиболее быстрого закрытия вакансий самыми подходящими кадрами.

Можно указать, что на данный момент уровень лояльности работников достаточно низок вследствие наличия рынка кандидата. По этой причине можно рекомендовать применение метода хэдхантинга («переманивания») среди наиболее ценных сотрудников и тех лиц, которые были в кадровом резерве, но уже трудоустроены. Вероятность его эффективного использования высока, потому он в обязательном порядке должен стать частью практики кадрового отдела при найме работников сейчас.

Максимизация числа универсальных работников крайне важна для современного найма персонала для того, чтобы, в случае дефицита кадров, произошла реструктуризация, которая позволит минимально снизить эффективность фирмы. По этой причине при найме необходимо учитывать: 1) наличие у кандидата универсальности, что станет крайне выгодным преимуществом при его отборе; 2) желание работника обучаться уже с первого дня зачисления в штат. Если сотрудник отдела кадров наблюдает, что кандидат не имеет универсальности, а также явно демонстрирует отсутствие мотивации к обучению, то это должно стать сигналом к возможному выбору другого лица. Причина заключается, как в рисках дефицита кадров, так и в рынке кандидата – если лица формируют повышенные требования к работодателю, то он обязан максимизировать свою выгоду. Ухудшает ситуацию: снижение лояльности работников к организациям; увеличение числа лиц, желающих работать дистанционно; риски перезагруженности по причине недостаточности работников и иные аспекты.

Современным вызовом в рамках найма работников является непонимание того, что должны делать сотрудники отдела кадров, если процесс найма остановлен – такая тенденция присутствует у многих современных организаций, так как расширение штата является увеличением расходов, особенно в условиях рынка кандидата, а выручка и прибыль большинства фирм в условиях нынешнего экономического кризиса снизились. Решить данную проблему можно с помощью многих практических рекомендаций, можно считать, что каждая организация изберет наиболее подходящий для нее вариант:

1. Наименее радикальным является формирование иных заданий для сотрудников отдела кадров. Так, например, они могут постоянно пополнять кадровый резерв, что позволит им в дальнейшем наиболее быстро реализовывать наем сотрудников. Иной (или дополнительный) вариант – прорабатывать и реализовывать обучение сотрудников. В сфере проработывания процесса обучения, можно рекомендовать: определение потенциально рискованных должностей, которые не могут быть замещены непосредственно сейчас другими работниками; идентификация лиц из числа тех, чья должность с минимальной вероятностью нуждается в замене другими сотрудниками, которые желают пройти обучение. В отношении реализации это может быть, как определение наиболее эффективных платных курсов, так и выявление бесплатных, но результативных. Как итог, отдел кадров может подготовиться к возможному дефициту кадров;

2. Совершенствование HR-бренда – это сложный процесс, значимый как для текущих, так и для потенциальных сотрудников. В этом направлении кадровый отдел должен проанализировать все вакансии и официальные источники информации о компании на предмет их привлекательности. Если оказывается, что эти ресурсы не привлекают достаточно кандидатов, они требуют изменений. Кроме того, если у организации отсутствуют элементы, привлекающие кандидатов, такие как льготы, корпоративная культура или условия труда, необходимо развивать HR-бренд в направлении создания таких элементов. Это включает предложение новых мероприятий, опросы сотрудников о желаемых условиях труда и последующее демонстрация улучшений потенциальным кандидатам. Такие действия упростят процесс найма, увеличив интерес кандидатов к организации.

3. Более радикальными мероприятиями являются те, которые приведут к сокращению штата, в той или иной степени. Это может быть, как просто сокращение числа сотрудников, так и их замена. Она может быть проведена двумя способами: первый – внедрение искусственного интеллекта. Программное обеспечение с этой технологией может практически самостоятельно организовать процесс найма работников – сначала программа изучает все доступные резюме (в том числе на сайте вакансий), далее отбирает наиболее подходящих кандидатов (не более двадцати), исходя из параметров, заданных фирмой, после этого проводит с ними телефонные интервью, осуществляет анализ ответов с заданным идеальным шаблоном, после чего выделяет из более сотни резюме лишь двух-трех человек, с которыми нужно провести очное собеседование [2]. Таким образом, современный искусственный интеллект способен заменить часть сотрудников отдела кадров. Второй способ – сокращение штата при временном привлечении команды, осуществляющий тот или иной проект, например, закрытие вакансии.

Последним риском-возможностью, рассматриваемой в рамках данной работы, является высвобождение бывших сотрудников иностранных компаний с значительным опытом работы или наличием высокой должности. В отношении этих лиц споры продолжаются уже более двух лет. Одни эксперты считают, что такие специалисты являются ценными активами, которые могут трансформировать новую организацию, повышая её эффективность и прибыльность, за счет внедрения бизнес-процессов их прежних мест работы. Другие же утверждают, что эти кадры зачастую имеют завышенные ожидания по зарплате и условиям работы и не всегда могут быть лидерами в трансформации, хотя и могут участвовать в процессах изменений. Можно считать, что наиболее рациональное мнение находится посередине – автор данной статьи рекомендует тщательно изучать такие кадры, однако, уделять внимание всем их качествам и только после этого решать вопрос о найме.

Подводя итог, делаем вывод о том, что на данный момент число рисков и перспектив в рамках найма персонала велико, потому необходимо учитывать все выделенные элементы. В рамках статьи были предоставлены практические рекомендации, позволяющие нивелировать или полностью ликвидировать идентифицированные риски, а также развивать возможности. Если организации на практике будут применять авторские предложения, процесс найма кадров в столь сложной ситуации станет эффективнее.

Литература и источники

1. Дыченко, А. Г. Текущие изменения на российском рынке труда / А. Г. Дыченко, Д. В. Аникин, А. А. Толкачев // Экономический вестник ИПУ РАН. – 2022. – Т. 3, № 3. – С. 71-77. – DOI 10.25728/econbull.2022.3.6-dychenko.

2. Мильков, А. В. Технологии автоматизации бизнес-процессов HR-специалистов / А. В. Мильков // Проблемы и перспективы развития АПК региона: Материалы Межвузовской научно-практической конференции, Пермь, 30 ноября 2023 года. – Пермь: ИПЦ Прокрость, 2023. – С. 130-138.

3. Цибарева, М. Е. Некоторые аспекты найма персонала как элемента кадровой безопасности организации в условиях новых вызовов / М. Е. Цибарева // Инновационные

стратегии управления человеческими ресурсами: сборник научных трудов IV Всероссийской научно-практической конференции, Самара, 20 апреля 2022 года. – Самара: Общество с ограниченной ответственностью «САМАРАМА», 2022. – С. 117-124.

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Третьякова Л.А., ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

УДК 330.322

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЯМИ В СТРАТЕГИИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Курята П.А.

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева»
217098@kuzstu.ru

***Аннотация.** Управление инвестициями играет ключевую роль в развитии предприятий и является гарантией эффективной реализации инвестиционных проектов. Управление инвестициями предполагает нахождение баланса между риском и доходностью, приемлемые для инвестора. В статье представлен алгоритм управления инвестиционными проектами. Дана краткая характеристика показателей эффективности инвестиционных проектов.*

***Ключевые слова:** инвестиции, инвестиционный проект, инвестиционный портфель, финансирование, оценка инвестиционной привлекательности, дисконтирование.*

В современных экономических условиях инвестиции являются главным и определяющим фактором развития как отдельного предприятия, так и целых отраслей экономики. Под инвестициями в большинстве случаев понимают совокупность экономических отношений, связанных с реальным потоком вложения денежных средств, отвлеченных от непосредственного потребления, для реализации определенных целей [1, с. 5.].

В основном инвестор как субъект инвестиционной деятельности преследует определенную цель – получение дохода. Инвестиционная деятельность во многом сопряжена с большими рисками, поэтому управление инвестициями требует строгого подхода, который позволяет найти оптимальное соотношение между риском и доходностью [2, с. 3].

Инвестиции принято делить на: реальные и финансовые [2, с. 4]. Финансовые инвестиции представляют собой вложения капитала в различные финансовые инструменты, чаще всего в ценные бумаги. Стратегией такого вида инвестиций может быть расширение сферы влияния, увеличение доли рынка путем приобретения предприятий.

На основе факторов, определяющих цели, потребности и степень риска, инвесторы могут формировать портфель финансовых инвестиций. Формирование и управление портфелем становится неотъемлемой частью финансового менеджмента. Эти процессы проходят в несколько этапов: 1) формулировка целей инвестирования; 2) определение типа портфеля; 3) подбор ценных бумаг в зависимости от целей инвестора; 4) мониторинг и контроль, при этом на данном этапе возможна корректировка содержания портфеля в случае, если какой-либо из финансовых инструментов перестал удовлетворять инвестиционным целям инвестора.

Одним из самых главных принципов формирования инвестиционного портфеля является принцип диверсификации. Выражение, часто употребляемое среди финансистов, «не клади

все яйца в одну корзину» как раз возникло из этого принципа. Здесь прослеживается закономерность: чем меньше ценных бумаг находится в портфеле, тем выше величина риска. При небольшом количестве бумаг диверсификация портфеля снижается, и риск, связанный с каждой отдельной ценной бумагой, возрастает. Поэтому диверсификация важна в исполнении сбалансированности соотношения доходности и риска в большинстве стратегий [3].

Для оценки финансовых инвестиций в портфеле ценных бумаг используют показатели их эффективности такие как: текущая и полная доходность ценных бумаг, дюрация облигаций и др.

Основу же инвестиционной деятельности предприятия составляют реальные инвестиции. Они позволяют наращивать производственный потенциал, и выступают как вложения в реальный сектор экономики.

В рамках управленческого учета инвестиционная деятельность в промышленном секторе оценивается через категории «освоение инвестиции» и «финансирование инвестиций». Важно понимать и разграничивать два этих понятия.

Для отображения в бухгалтерском учете освоения инвестиций используется запись о финансовой операции. Счет 08 «Вложения во внеоборотные активы» отражает информацию о затратах, которые впоследствии будут приняты в качестве основных средств, материально-производственных запасов и нематериальных активов [2, с. 5]. В рамках данного процесса предприятие производит приобретение активов, строительство новых объектов, модернизацию существующих и другие действия, направленные на достижение инвестиционных целей. Управление освоением инвестиций включает в себя планирование, оценку рисков, контроль за выполнением проектов и принятие решений по их корректировке.

При развитии и расширении бизнеса каждое предприятие сталкивается с необходимостью выбора источников финансирования. Решение о выборе источников финансирования должно быть основано на анализе финансовой устойчивости. Финансирование инвестиций предполагает определение направлений финансирования будь то собственные средства или заемные. Собственные средства являются самым надежным источником финансирования, однако не у всех предприятий они есть в необходимом объеме. В связи с чем многие компании при выборе вариантов финансирования инвестиционных проектов рассматривают следующие альтернативы: привлечение кредитов и займов, использование лизинговых программ и пр.

В рамках управления реальными инвестициями возникает необходимость уточнения категории «инвестиционный проект». «Инвестиционный проект – это комплекс взаимосвязанных и скоординированных организационных, технических и инвестиционных мероприятий, направленных на достижение заданной цели в течение определённого периода времени и при ограниченных ресурсах» [4, с. 21]. На практике проектом, который реализуют компании реального сектора, можно считать различные процессы на предприятии: модернизация технологической линии, строительство нового цеха и пр.

Управление реальными и финансовыми инвестициями предполагает выполнение следующих этапов: 1) поиск альтернативных вариантов инвестирования; 2) анализ бизнес-плана инвестиционного проекта; 3) первичный отбор инвестиционных проектов для более глубокого анализа; 4) экспертиза инвестиционных проектов и выбор в пользу одного из них.

Инвестиционные проекты объясняются принципом целенаправленности, который подразумевает достижение заданных результатов. Управление инвестициями в стратегии финансового менеджмента может быть представлено рядом целей как в стоимостном выражении (рост объема продаж, максимизация прибыли), так и в неденежной форме (сохранение бизнеса, увеличение объемов производства, формирование деловой репутации).

Далее рассмотрим проведение оценки эффективности инвестиционного проекта, имеющее большое значение для предприятия. Информация о денежных потоках по проекту обычно представляется в виде прогнозного отчета о движении денежных средств.

Особенностью оценки инвестиционной привлекательности является использование метода дисконтирования. Суть этого метода заключается в приведении будущих платежей к текущему моменту времени, так как стоимость денежных потоков во времени различна.

Важно учесть временной фактор, в течение которого проект будет приносить доход. Для этого используется показатель чистой приведенной стоимости, который позволяет оценить, какой чистый доход будет получен в результате реализации проекта [5]. Положительное значение данного показателя является критерием принятия инвестиционного проекта, при этом проекты с большей величиной чистой текущей стоимости будут иметь преимущество при выборе.

Другим достаточно значимым показателем для отбора проектов является индекс доходности инвестиций. Он показывает сколько получает прибыли (при заданной ставке дисконтирования) предприятие за каждую вложенную единицу капитальных вложений. Инвестиции считаются рентабельными, и проект рекомендуется к реализации, когда этот показатель больше 1. Кроме того, при решении о вложении средств в закупку нового оборудования, необходимо учитывать его стоимость, срок эксплуатации, потенциальный вклад в повышение производительности и качества продукции, а также возможность получения налоговых льгот или других преимуществ от государства.

Вышеупомянутые показатели являются результирующими критериями, увеличение которых свидетельствует о повышении привлекательности проекта. Увеличение обратных критериев таких как, например, срока окупаемости инвестиций и налоговой нагрузки, указывают на снижение выгоды для предприятия, так как обозначают более медленный возврат вложенных средств и повышение риска потерь [2, с. 55]. В данном контексте риск для проекта – это вероятность отклонения фактических результатов реализации проекта от ожидаемых.

Резюмируем, формирование и использование правильной инвестиционной стратегии является важным фактором повышения деловой активности предприятия.

Литература и источники

1. Немчанинова, М. А. Инвестиции : учебное пособие / М. А. Немчанинова. – Хабаровск : ДВГУПС, 2022. – 91 с.– Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/339437> (дата обращения: 06.05.2024).
2. Лубкова, Э. М. Инвестиции : учебное пособие / Э. М. Лубкова, О. В. Зонова, М. К. Куманеева. – Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – 95 с. – ISBN 978-5-00137-410-7. Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/399680> (дата обращения: 07.05.2024).
3. Котиков, И. Е. Анализ формирования и управления портфелем финансовых инвестиций / И. Е. Котиков // – М. : Вестник евразийской науки, 2023. – Т. 15 – № 3. – URL: <https://esj.today/PDF/64FAVN323.pdf> (дата обращения: 09.05.2024).
4. Оценка эффективности инвестиционных проектов : учебное пособие / составитель Н. А. Середа. – Караваево : КГСХА, 2021. – 64 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/252302> (дата обращения: 07.05.2024).
5. Теория и практика управления процессами финансирования хозяйствующих субъектов рынка в современных условиях : монография / М. М. Микушина, В. А. Шапошников, У. В. Пермякова [и др.]. – Екатеринбург : РГППУ, 2023. – 151 с. – ISBN 978-5-8050-0750-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/352511> (дата обращения: 07.05.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук., доц. Зонова О.В., ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева»

УДК 331

ДЕФИЦИТ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ В КУЗБАССЕ

Малютина А.А., Малышко Р.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
Nastyamalutina05@gmail.com, DronBonPRO@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена изучению дефицита квалифицированных кадров на предприятии. В статье раскрыты понятия производительности труда, эффективности труда, а также, выявлены причины возникновения дефицита кадров. Для выявления закономерностей дефицита квалифицированных кадров было проведено социологическое исследование, которое выявило причины сложившейся ситуации.

Ключевые слова: производительность труда, дефицит кадров, квалификация кадров, эффективность труда, коммуникации, опрос, взрослые, состоявшиеся люди, личностный рост.

Дефицит квалифицированных кадров является одной из главных проблем на любом предприятии. Без хорошо обученного персонала организация не сможет полноценно функционировать и достигать поставленных задач.

В апреле 2024 года был опубликован доклад Банка России о состоянии региональной экономики. Согласно предоставленным данным, 60% предприятий испытывают кадровый дефицит. На нехватку специализированных кадров жалуются представители самых разных организаций, от ресторанного бизнеса, до горнодобывающих предприятий. Ожидается, что к 2030 году ситуация лишь усугубится и затронет практически все отрасли экономики, что делает данную проблему значимой для менеджмента каждой организации нашей страны [3].

Каково состояние кадрового дефицита в Кузбассе и что необходимо предпринять организациям для выхода из сложившейся ситуации? Поиску ответа на данные вопросы посвящено данное исследование.

Целью пилотного исследования является выявление основных причин дефицита квалифицированных кадров в Кузбассе, составление рекомендаций по снижению текучести персонала на предприятии и выявлении необходимости в проведении полноценного исследования.

Под квалификацией кадров понимается годность, приспособленность, компетентность и готовность сотрудника проявлять свои достоинства в определённой сфере деятельности. Отсутствие же квалификационной подготовки, вероятнее всего, приведёт к стагнации или деградации, как отдельно взятого отдела, так и всего предприятия в целом. Изучение причин отсутствия квалифицированных кадров - одна из важнейших задач менеджера, при наличии таковой проблемы в регионе, отрасли или организации.

Выше озвученная проблема может возникать из-за наличия одной или нескольких ниже представленных причин:

1. Низкий уровень оплаты труда;
2. Незаинтересованность сотрудников в повышении квалификации;
3. Неподходящие условия труда;
4. Специализация региона.

В апреле 2024 года, было проведено онлайн анкетирование 52 человек, занимающих руководящие должности на ведущих предприятиях Кемеровской области. Каждому респонденту было задано 4 открытых вопроса:

1. Управленцем какой организации Вы являетесь?
2. Какую должность Вы занимаете на данный момент?
3. Присутствует ли дефицит квалифицированных кадров в Вашей организации?
4. Как Вы считаете, каковы причины нехватки кадров на Вашем предприятии?

На основе данных опроса, хотелось узнать, есть ли фактический дефицит кадров в организациях Кузбасса, каковы его причины и что нужно делать предприятиям для сохранения уже трудоустроенных сотрудников.

Объектом пилотного исследования являлись взрослые, состоявшиеся люди, занимающие руководящие должности на территории Кузбасса и имеющие опыт работы.

Задачи исследования:

1. Выяснить, имеет ли место быть дефицит квалифицированных кадров;
2. Соотнести полученные данные с причинами кадрового дефицита;
3. Разработать рекомендации для предприятий с высокой текучестью кадров;
4. Выявить необходимость проведения полноценного исследования.

По итогам опроса стало известно, что почти все организации, в которых работают респонденты, являются ведущими предприятиями в Кузбассе. Так же 75% респондентов занимают руководящие должности, такие как: руководитель отдела сервиса, главный инженер, менеджер по трендам, главный бухгалтер, директор предприятия и другие.

В результате ручной обработки полученных данных, можно наблюдать следующие результаты: 84,6% от всех опрошенных считают, что в их организации присутствует недостаток квалифицированных кадров. При этом 7,7% из 84,6% характеризуют нехватку кадров, как острую.

Причину сложившейся ситуации 53,8% респондентов видят в низком уровне оплаты труда. На втором месте по распространенности нежелание людей учиться и развиваться - 43,1%.

Низкий уровень оплаты труда - повсеместно встречающаяся проблема, отрицать наличие которой достаточно бессмысленно. Однако, прежде чем делать какие-то выводы, предлагаем разобраться, из чего формируется уровень заработной платы?

Уровень заработной платы формируется из ряда следующих факторов: уровня образования индивида, размера предприятия, стажа работы в определённой должности, наличия функциональных обязанностей, особенностей отрасли производства, специфики организации, региональных особенностей и структуры оплаты труда [4].

Таким образом, чем больше знает сотрудник, чем больше у него опыт работы, тем большую заработную плату он может ожидать.

Из-за ожиданий высококвалифицированных кадров достойного уровня оплаты труда возникает кадровый голод: у хорошо обученного сотрудника нет желания находиться на низкооплачиваемой должности. Так как такой работник осознает свою ценность на рынке труда и может найти себе более оплачиваемую работу в другой организации или за пределами региона. Это основная причина текучести сотрудников в Кузбассе. А ведь именно высококвалифицированные кадры организации – ключ к ее процветанию. Каждая организация должна быть заинтересована в наборе и сохранении сильного штата. Так как от общей производительности труда зависит итоговый объем производства.

С ростом компетенций отдельно взятого сотрудника, растет эффективность труда как самого человека, так и всей организации в целом.

Напомним, эффективность труда – это фундаментальный показатель любой организации, напрямую зависящий от квалификационного наполнения предприятия. Производительность труда наглядно показывает продуктивность трудовой деятельности, что

определяется соотношением количеством произведенной продукции за определенный период времени [1].

По мнению опрошенных управленцев, отсутствие цели развиваться, расти как личность, нежелание выходить из зоны комфорта и брать на себя ответственность - главное препятствие карьерному росту.

Данное суждение не лишено смысла, человек по своей природе консервативен, а все новое - чуждо. Это легко объясняется с точки зрения психологии. Человек всегда хорошо чувствует себя там, где все знакомо и известно, но очень боится сделать шаг в неизведанное.

Именно из-за этого организации неохотно берут сотрудников с недостаточным уровнем квалификации и малым опытом работы. Куда безопаснее и выгоднее набрать уже хорошо обученных сотрудников с определенным опытом работы.

Считается, что ключ к созданию конкурентоспособной организации – это ее обученный, сплоченный и готовый к переменам коллектив. Причем роль обучения должно взять на себя предприятие, так как далеко не каждый сотрудник может позволить себе дополнительное образование.

Таким образом, в рамках данного пилотного исследования, было выяснено, что во множестве организаций Кемеровской области присутствует дефицит квалифицированных кадров, вызванный двумя зависящими, в той или иной мере, друг от друга факторами: низким уровнем оплаты труда и отсутствием стремления к дополнительному обучению среди сотрудников.

Для решения сложившейся ситуации, обществу рекомендуется пересмотреть свои взгляды на обучение и саморазвитие. Необходимо выделять больше времени для повышения собственного уровня квалификации. Это позволит поднимать показатель эффективности труда как отдельно взятого индивида, так и общий показатель производительности труда организации.

Менеджерам рекомендуется больше времени уделять обучению и развитию человеческого потенциала. Не нужно искать специалистов со стороны, стоит обратить внимание на те кадры, которые уже работают в организации. Обучить их, формировать у сотрудников те компетенции, которые нужны.

Однако не стоит забывать, что для повышения эффективности труда сотрудника, обучить его мало. Необходимо разработать эффективную систему мотивации и контроля труда, которая будет поддерживать должный уровень производства на предприятии. Как правило, система контроля разрабатывается на основе денежной мотивации, морального поощрения подчиненных, повышения по службе, внутренней системе льгот, премирования, доплат, страхования и прочего.

При наличии неблагоприятной атмосферы в коллективе, необходимо искоренить внутренние конфликты и наладить межличностные отношения между конфликтующими сторонами [2].

Таким образом, комплексное применение вышеперечисленных мер позволит снизить риск потери сотрудников, повысит эффективность труда, усилит конкурентоспособность организации и минимизирует текучесть кадров в столь непростое для бизнеса время.

Также рекомендуется провести полноценное исследование для составления более точной картины происходящего и выявления нехватки конкретных специалистов в конкретных отраслях экономики нашего региона. Это позволит разработать комплекс мер для сохранения и привлечения недостающих специалистов.

Литература и источники

1. Бельчик, Т. А. Экономика труда : учебное пособие : [16+] / Т. А. Бельчик ; ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».
2. Демин, Ю. М. Управление кадрами в кризисных ситуациях / Ю. М. Демин. – СПб: Питер, 2017. – 246 с.

3. Региональная экономика: комментарии ГУ.: [Электронный ресурс]. URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/47846/report_01022024.pdf

4. Экономика труда : учебник для вузов / М. В. Симонова [и др.] ; под общей редакцией М. В. Симоновой. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 259 с. – (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05423-1. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/539754> (дата обращения: 21.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент, Бельчик Т.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 331

СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Мирошниченко В.Р.

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»,
Технологический институт (филиал) ДГТУ в г. Азове
mirosnicenkoveronika6@gmail.com

***Аннотация.** Современный менеджмент является основным звеном любой формы организационной активности. Менеджмент в современном его проявлении представляет собой совокупность новых функций, выполнение которых позволяют за счет точечного внедрения стратегий быстро ориентироваться в сложившейся внешней и внутренней среде предприятия.*

***Ключевые слова:** современный менеджмент, эффективность, особенность.*

В управлении организацией очень важно учитывать менеджмент, ведь он является составляющей для управления предприятием. Как ни крути менеджмент формирует управленческие отношения, обеспечивает интеграцию всех ресурсов и процессов организации и повышает ее конкурентоспособность.

Новшества в сфере экономики коснулись человека тем самым необходимо поддерживать активный обмен идей, знаний и делиться с сотрудниками опытом и компенсациями.

Современный менеджмент — это умение общаться с людьми, обучаться новому, анализировать происходящее и внедрять новые знания в организацию, тем самым поднимать эффективность. В качестве различных категорий таких, как организация управления предприятием, функции управления, процесс принятия управленческих решений, аппарат управления и управляющий персонал может рассматриваться менеджмент.

Выделяют функции управления: планирование, организация, мотивация, контроль, анализ, координация, обучение.

Так в чем отличие от традиционного и современного менеджмента?

Рассмотрим традиционный вариант. В этом случае управление зависит от власти, то есть происходит экономическое принуждение, тотальный контроль. Процесс действия традиционного менеджмента можно описать как связку трех аспектов: "Принуждение — Поощрение — Прямая мотивация". Принуждение – это механизм давления, основанный на страхе человека и направленный на снижение качества удовлетворенности имеющихся потребностей.

В основе поощрения лежит надежда на то, что оно сможет улучшить удовлетворение имеющихся, но не до конца удовлетворенных потребностей. Прямая мотивация базируется

на удовлетворенности от вложенных усилий и полученных результатов от непосредственной деятельности.

Авторитет тоже играет свою роль. В структуре любого предприятия четко определена позиция руководителя и его подчиненных.

Чтобы эффективно управлять целой компанией и быстро делать выбор в пользу лучшего решения, необходим данный подход. Такие качества, как влияние, объединение и мотивация на достижение целей является важнейшей составляющей классического менеджмента.

Установлен четкий руководитель, а также его подчиненные сотрудники. Этот подход дает возможность быстро и эффективно принимать решения и управлять бизнесом.

На данный момент классический менеджмент, как инструмент воздействия, подвергается критике и не одобрению со стороны других экспертов в области управления, хотя и пользовался успехом ранее. Они утверждают, что этот подход не является универсальным и не всегда эффективен.

Рассмотрим противоположность традиционному варианту- современный менеджмент. Отличие в том, что менеджмент современного типа стремится к проявлению качеств, которые позволяют незамедлительно реагировать на изменяющуюся внутреннюю и внешнюю среду, то есть адаптироваться в разных ситуациях, а также выявлять и применять подходящую по ситуации стратегию. Четко выражено творческое участие, тотальное творчество, гибкие стратегии, экономические и моральные стимулы.

Таким образом они отличаются тем, что традиционный менеджмент основывается на стандарте, власти, строгом контроле и принуждению. Современный менеджмент более специфический, гибкий, приоритетным являются знания и навыки, которые позволяют профессионально осуществлять управленческую и проектную деятельность. Индивидуальность одного из сотрудников может иметь большое влияние на имидж всей компании.

Менеджер — это эксперт в системе управления людьми, который необходим в организации. И как к любому специалисту, менеджеру необходимо отвечать на следующие требования:

1. Понимать природы управленческой работы и процессов управления;
2. Способность улучшить деятельность предприятия за счет знания необходимых должностных особенностей, управленческих функций и способов выполнения намеченных целей;
3. Умение искать и применять различную информацию, что является важным навыком менеджера;
4. Способность находить новые связи;
5. Умение эффективно использовать трудовые ресурсы;
6. Проводить субъективную оценка самого себя и делать точные заключения;
7. Регулярно развивать свои профессиональные навыки.

Чтобы улучшить результативность современного менеджмента необходимо разделять обязанности менеджеров и применять командную работу.

Эффективность менеджмента можно разделить на следующие основные виды, представленные на рисунке 1.

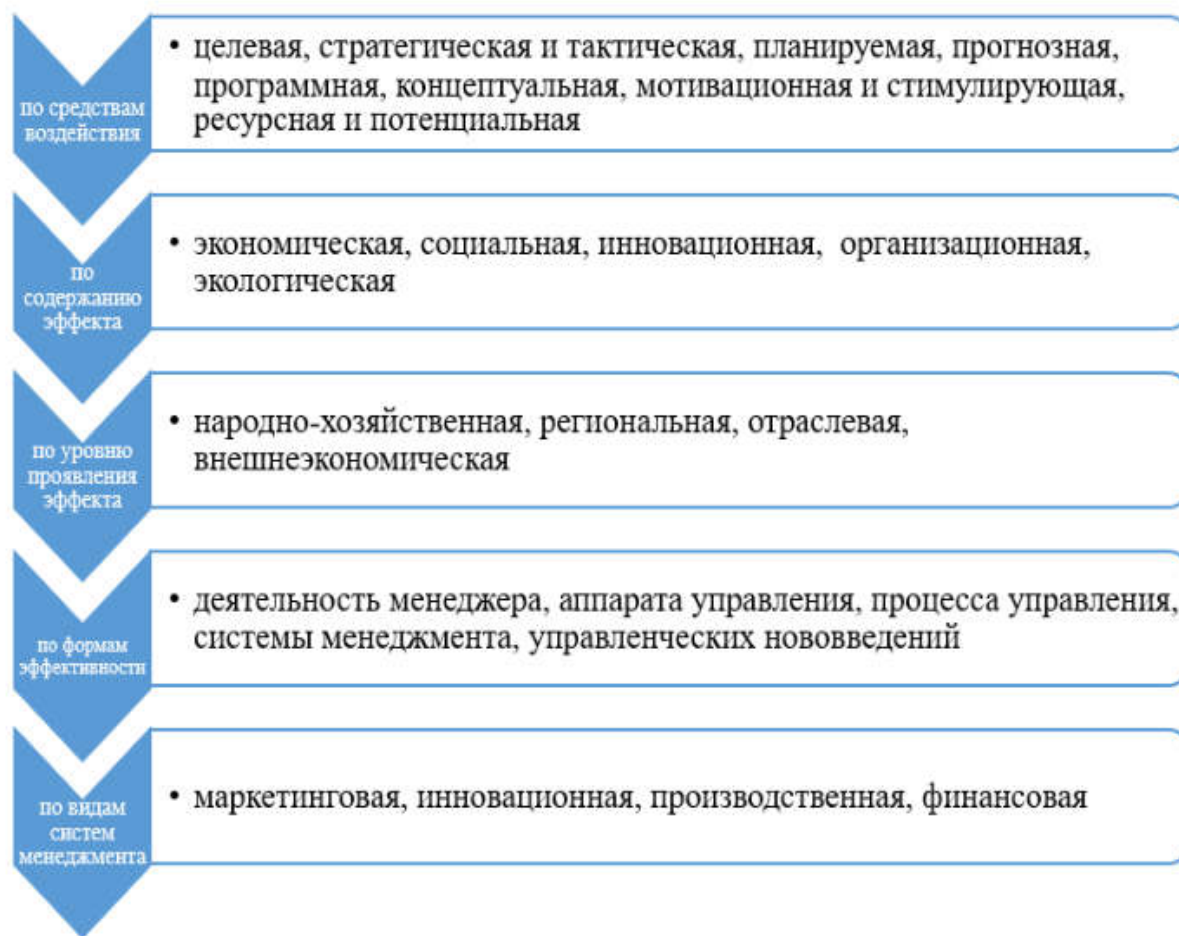


Рисунок 1 – Основные виды эффективности менеджмента

На повышение эффективности влияет качественное управление организацией. Подразумевает выполнение текущих задач, целей бизнеса, учета миссии компании и выбор подходящих инструментов. Выбор задач важен при географическом и товарном масштабировании бизнеса для предотвращения снижения доходности. Определение конкретных целей и сопутствующих задач, а также их реализация тоже часть влияния на повышении эффективности. Так же нужно учитывать психологические аспекты менеджера, своевременное и гибкое стратегическое решение, зависящее от внутренних изменений организации и угроз за её пределами.

Ключевыми критериями для оценивания результативности управленческой работы выступают прибыль и рентабельность, которые наиболее полно отражают итоги работы компании, а также уровень эффективности управленческих решений. При этом крайне важно исключить из расчета прибыли те факторы, которые не имеют прямого отношения к операционной деятельности данного бизнес-сегмента.

Следовательно, современное управление представляет собой совокупность стратегических методов на всех этапах управленческой деятельности, где ключевую роль играют человеческие ресурсы. Преимуществами такого подхода являются полная ответственность каждого менеджера за свою работу, эффективное взаимодействие внутри коллектива на разных уровнях, постоянное профессиональное развитие сотрудников и руководителей.

Создается благоприятная рабочая атмосфера, способствующая максимальному раскрытию потенциала каждого. Вклад каждого сотрудника осознанно направлен на достижение общих целей. Предпочтение отдаётся лидерству, а не авторитаризму, а коммуникативные навыки усиливаются для взаимодействия с клиентами. Принципы деловой

этики, открытость и доверие к людям, глубокое понимание управленческих основ и чёткое видение будущего компании являются стержнем философии. Непрерывное самоусовершенствование и стремление к повышению качества своей работы подкрепляются комплексным подходом. Воплощение этих принципов в жизнь может быть сложным, однако многие современные компании активно интегрируют эти инновации в свою деятельность.

Литература и источники

1. Агарков, А. П. Управление инновационной деятельностью : Учебник для использования в образовательном процессе образовательных организаций, реализующих программы высшего образования по направлениям подготовки «Менеджмент», «Инноватика» (уровень бакалавриата) / А. П. Агарков, Р. С. Голов. – 2-е издание. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. – 204 с.
2. Беляев, Ю. М. Инновационный менеджмент : учебник для бакалавров / Ю. М. Бердяев. – 2-е изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. – 218 с.
3. Мескян М.Х., Альбер М.,Ходоури Ф. Основы менеджмента:Пер.с англ.-М.:Дело,2004.-720 с.
4. Менеджмент: Конспект лекций/Авт-сост. В. М. Гавриленко.-М.: Приор.-издат., 2004.-160 с.
5. Менеджмент. Учебник/ Григорян А. Ф. – М.: ПБОЮЛ, 2002. – 264 с.
6. Общий и специальный менеджмент: Учебник/ Общ. ред. А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – М.: Изд-во РАГС, 2000. – 568 с.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Доценко Е.Ю., ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

УДК 330.342.24

О ЕСТЕСТВЕННОСТИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Михайлов В.С.

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева»
zhee.eti@kuzstu.ru

Аннотация. Искусственный интеллект в данной работе рассмотрен в сравнении с естественным интеллектом человека с материально-вещественной стороны как явления неживой и живой природы. Сделанный вывод о естественном основании искусственного интеллекта позволяет по-новому использовать его в современном менеджменте.

Ключевые слова: естественный интеллект, неестественный интеллект, природа, менеджмент.

Среди современных вызовов внутрифирменного менеджмента искусственный интеллект (далее – ИИ) занимает особое место, прежде всего, как конкурент естественному интеллекту человека-работника. В цифровой экономике исследователи переосмысливают понятие «интеллект» применительно к фирме [1]. Для собственника фирмы и его управляющих важен интеллект уже не человека, а «умной» машины, созданной человеком, в силу его более высокой производительности и эффективности в целом.

Вместо ИИ Д. Мошелла предлагает использовать термин «машинный интеллект» [2]. Эксперт в области цифровизации бизнеса не видит ничего искусственного в компьютерном

интеллекте, сравнивая его с трактором [2, с. 39], чью «высокую эффективность при выполнении определенных задач воспринимают как нечто само собой разумеющееся <...> ...так же, как трактор не служит заменителем тела, так и машина не является заменителем мозга» [2, с. 202]. Предлагая воспринимать безусловное превосходство машин над людьми в некоторых областях, автор выступает лишь против слова «искусственный», так как сегодня оно обычно связывается с чем-то поддельным или с имитацией натурального (например, искусственная трава и т.п.). Это имеет преимущественно негативную окраску, хотя «буквально означает что-то “сделанное с помощью умения или мастерства”, а значит “не естественное” и в этом смысле вроде бы подходит для задачи создания интеллектуальных компьютеров» [2, с. 202]. Но, вряд ли кто будет спорить с тем, что проблемой является не слово «искусственный». В это слово вложено представление о волевом целенаправленном акте. Последний весьма антропоморфен, так как связан с нашим представлением о разуме.

Рассматривая естественный интеллект (далее – ЕИ) и ИИ с материально-вещественной стороны, мы видим их как взаимосвязанные явления живой и неживой природы. В ИИ человек развивает свою собственную природу в части логики, математики. Генеративный ИИ, активно развиваемый сегодня для бизнеса, – чистая математика.

Процесс материального производства ИИ – сфера действия естественных законов. Однако там человек управляет действием законов природы для реализации своей сознательной цели. «Он пользуется механическими, физическими, химическими свойствами вещей для того, чтобы в соответствии со своей целью применить их как орудие воздействия на другие вещи. <...> Так данное самой природой становится органом его деятельности...» [3, с. 190]. Согласно представлению классиков, «человек есть часть природы» [4, с. 92] не только в смысле биологии, антропологии, физики в общем виде. Изначально его способом существования было присвоение материала природы. Сначала через усвоение биологическим телом, а затем, по мере эволюции, через создание в труде второго мира – мира предметов. Непрерывное усовершенствование человеком своих предметных сил на всех этапах эволюции и есть его всестороннее развитие. Сегодня особый интерес представляет ИИ как предмет для деятельности человека, воплощающий его природные потенции и способности. Полезные другим людям свойства ИИ человек-создатель дает возможность раскрыть лишь в меру своей творческой способности и разумной нравственности.

Природными остаются все произведенные человеком материально-вещественные предметы. «...Особые человеческие чувственные сущностные силы» получают «свое предметное осуществление только в предметах *природы*», значит могут быть постигнуты «только в науке о природе вообще» [4, с. 125]. Деятельность человека и ее продукты по-прежнему напрямую подчиняются естественным законам природы. Так называемой «непосредственной производительной силой» выступают естественные науки, предмет которых – мир природы, как в первозданном, так и в преобразованном человеком виде. Изучая свои объекты в отрыве от социальной деятельности человека, ученые-«естественники» в принципе не различают нетронутую и «твореную» природу. То, что последнюю именуют иногда природой второго порядка сути дела, не меняет. Человек как существо природного мира предметов «...только потому творит или полагает предметы, что само оно полагается предметами и что оно с самого начала есть *природа*» [4, с. 162]. Удивительно, как эти слова относимы к искусственному интеллекту – особому предмету, творению мозга и рук человека на современном этапе его эволюции.

Следует отметить попытки конструирования модели естественного интеллекта с использованием ИГЕС-технологии [5, с. 91]. Если в ИИ все целиком материальное, то в ЕИ природа органично сочетает материальное (мозг) и духовное (идеи, концепции). В интеллектуальной фирме форма производства существует в виде постоянного перехода субъективных возможностей ЕИ одного человека-работника через возможные свойства ИИ в ЕИ другого человека-работника и обратно.

В этом движении началом и концом, его самоцелью является человек. Его способность творить как субъекта управления преодолевает «косную материю» ИИ и раздвигает границы его желаемых на данный момент свойств. Превращение свойств ИИ в субъектные способности человека – это та сторона их «отношения», в которой человек развивает самого себя. Универсально отношение человека к ИИ как объекту своей деятельности с целью обратить его свойства на пользу людям. Благородная идея внедрения ИИ для менеджмента – всестороннее развитие человека, а не только увеличение прибыльности бизнеса. В ИИ человек целиком раскрывает настоящие и будущие свои возможности, познанные, приобретенные и освоенные им в мире окружающей природы путем труда.

Таким, образом, природное содержание ИИ составляют естественные законы, которые не изменяются в этом «искусственном» человечески значимом предмете. Такое понимание ИИ открывает новые возможности для внутрифирменного менеджмента как управления творчеством интеллектуальных работников.

Литература и источники

1. Жернов, Е. Е. О корректности категории «интеллект фирмы» / Е. Е. Жернов // Проблемы экономики и управления: социокультурные, правовые и организационные аспекты : сборник статей магистрантов и преподавателей КузГТУ / Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. Том пятый выпуск. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – С. 72–80. – EDN EUAEVU.

2. Мошелла, Д. Путеводитель по цифровому будущему: отрасли, организации и профессии / Д. Мошелла / Пер. с англ. – Москва: Альпина паблишер, 2020. – 214 с.

3. Маркс, К., Энгельс, Ф. Соч. 2-е изд. Т. 23. – Москва: Государственное издательство политической литературы, 1960. – 907 с.

4. Маркс, К., Энгельс, Ф. Соч. 2-е изд. Т. 42. – Москва: Издательство политической литературы, 1974. – 536 с.

5. Проектирование цифрового будущего: научные подходы: коллективная монография / Под ред. Г. Г. Малинецкого, В. В. Иванова, П. А. Верника. – М.: Техносфера, 2020. – 354 с.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Жернов Е.Е., ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева»

УДК 330.322.012

ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ НА ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Морозов Д.И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
danilmorozov3101@gmail.com

Аннотация. В научной статье рассматривается проблема ведения экономической деятельности российскими предприятиями в последние 2 года в условиях санкционного давления. Автор пришел к выводу, что ограниченное предложение импортных товаров при высоком спросе может дать импульс к развитию отечественного производства. Однако для реализации появившихся возможностей предприятия должны научиться эффективно использовать имеющиеся ограниченные ресурсы и верно принимать инвестиционные решения.

Ключевые слова: *современный менеджмент, импортозамещение, инвестиции, инвестиционные решения, финансовые ресурсы, ограниченные ресурсы, санкции.*

В текущих геополитических и рыночных условиях ряд компаний Российской Федерации оказывается изолирован от внешнего мира. Российские компании, чья деятельность не ограничивается рамками рынка нашей страны, столкнулись с рядом проблем в области сбыта, логистики, доступа к мировым ресурсам. Зарубежные транснациональные компании, в свою очередь, вынуждены отделять российскую часть бизнеса от общей структуры: они проводят ребрендинг, создают новые юридические лица, либо продают российскую часть бизнеса. В результате всего вышперечисленного возникает ситуация, в которой ряд крупных организаций сталкивается с проблемой ограниченности ресурсов: финансовых, сырьевых, технологических и человеческих.

Количество привычной зарубежной продукции в России ежедневно снижается, что приводит к необходимости ускоренного развития процессов импортозамещения. В общем виде объем внешней торговли РФ снизился по данным статистики Федеральной налоговой службы на 16,2 % и составил 710,2 млрд долларов за 2023 год против 847,8 млрд долларов за 2022 год. Экспорт из России в Европу в 2023 году упал на 68 % (до 84,9 млрд долларов), а импорт в Россию из Европы снизился на 12,3 % (до 78,5 млрд долларов). Экспорт в Америку в 2023 году упал на 40,4% (до 12,2 млрд долларов). Импорт из Америки снизился на 11% до 15 млрд долларов. При этом импорт из Азии в Россию вырос на 29,2 % (до 187,5 млрд долларов) [1].

У отечественной продукции появляется шанс занять освободившиеся ниши рынка, но для этого товары и услуги российских компаний должны не только соответствовать качеству уже зарекомендовавших себя «западных» продуктов, но и составлять конкуренцию увеличившемуся потоку товаров Азии. В таких условиях возникает конкурентная борьба не только за долю рынка, но и за ограниченные ресурсы. Победить отечественной организации в этой борьбе поможет рациональное применение имеющихся ресурсов.

Одна из важнейших проблем, которую нужно решить в первую очередь — это эффективное использование финансовых ресурсов компании. Под эффективным использованием финансовых ресурсов, понимается наиболее выгодное соотношение между достигнутым результатом и затраченными ресурсами. Иными словами, если невозможно увеличить объем выпускаемой продукции, не прибегая к увеличению расходов и в то же время невозможно сохранить текущий объем продукции, снизив свои затраты, то такое использование ресурсов можно считать максимально эффективным.

Финансовые ресурсы любой экономической субъект использует в основном в двух направлениях: производство нового продукта или услуги и инвестиционная деятельность. Эффективное ведение именно инвестиционной деятельности является залогом успешного развития как отдельных компаний, так и государства в целом. Благодаря инвестициям предприятие может обновлять своё оборудование, расширять производство, перенимать опыт успешных конкурентов, расширять штат высококвалифицированных специалистов, проводить социальные и природоохранные мероприятия и т.д. Всё это позволяет как поддержать конкурентоспособность продукции, так и повысить прибыль организации, часть которой в свою очередь можно использовать для финансирования инвестиционных проектов и расширения компании. Помимо очевидного прямого вложения денежных средств в материальное имущество и человеческий капитал, компании могут инвестировать свои финансовые средства на покупку ценных бумаг, либо вложить свои средства в долю активов других предприятий одной отрасли, что также, хоть и косвенно, повысит производственную мощь и конкурентоспособность.

При этом не все компании Российской Федерации вкладывают все свои финансовые ресурсы в производство и инвестиции. Есть большое количество компаний, которые свободные денежные ресурсы накапливают на депозитах, а не «пускают в оборот». Самым

ярким представителем на Российском рынке подобной компании является ПАО «Сургутнефтегаз». Согласно финансовой отчетности на 31.12.2023 год на счетах компании лежит сумма в размере почти 6 трлн рублей [2]. С одной стороны, данная сумма позволяет компании лучше переживать проблемы, связанные со своим прямым родом деятельности, а именно с добычей и сбытом нефти, а также изменением её стоимости, и при этом позволяет получать отличный процентный доход от размещения данной денежной массы на депозитах. С другой стороны, возможно, если бы эти деньги инвестировались в развитие самого предприятия, то его бизнес стал бы более рентабельным, компания стала еще крупнее, а чистая прибыль увеличилась в разы.

Однако, если для одной из самых крупных нефтегазовых компаний нашей страны такая политика допустима, то компаниям, производящим товары и услуги, используемые конечным потребителем, необходимо придерживаться противоположной тактики, особенно в текущих геополитических реалиях. Согласно данным товарной структуры экспорта, которые публикует федеральная таможенная служба, главной позицией экспорта на 2023 год (более 60%) являются «Топливо-энергетические товары» [1]. При этом такие статьи как «Машины, оборудование и транспортные средства», «Текстиль, текстильные изделия и обувь» и другие товары конечного пользования занимают суммарно не больше 5–7% от общей доли экспорта на протяжении многих лет подряд. Это свидетельствует о низкой конкурентоспособности товаров российского производства не только на мировых рынках, но и среди российского потребителя. Причиной этого может быть как неэффективность менеджмента компаний-производителей, так и нерациональность принятия инвестиционных решений, что в свою очередь отражается в высокой себестоимости товаров и услуг при их низком качестве, не удовлетворяющем потребности конечного пользователя.

Для того, чтобы компания могла использовать свои ресурсы эффективно и быть конкурентоспособной, менеджмент компании должен уделить внимание двум основным навыкам:

- уметь верно определять первоочередные задачи в настоящий момент, исходя из рыночной конъюнктуры, экономического состояния отрасли и целей самой компании;
- уметь правильно подобрать инвестиционный проект, способный при минимальной затрате финансовых ресурсов, достичь поставленную задачу.

Если умение правильно определять задачи может прийти к руководителю только с опытом, то умение правильно принять инвестиционное решение предполагает использование конкретных методик и расчётов.

Сам по себе инвестиционный проект позволяет оценить потребность в инвестициях, их распределение во времени, дать оценку предполагаемого результата инвестиционной деятельности, оценить риски и на основании всей информации принять инвестиционное решение. Каждый инвестиционный проект имеет свой жизненный цикл, который можно поделить на три этапа: предынвестиционный, инвестиционный и эксплуатационный [3]. Именно предынвестиционная фаза является наиболее важной во всём проекте, потому что именно во время неё принимается инвестиционное решение об использовании финансовых ресурсов компании в её инвестиционной деятельности. Во время этой фазы формируется начальная инвестиционная идея, проводится её обоснование, происходит сравнение с альтернативными инвестиционными проектами, формируется бизнес-план инвестиционного проекта и как следствие принимается инвестиционное решение.

Однако мало правильно подобрать инвестиционный проект под имеющуюся задачу. В условиях рыночной экономики важную роль в процессе обоснования и осуществления инвестиций играют существующие возможности финансирования инвестиционной деятельности. Для реализации инвестиционного проекта используется либо собственный капитал, либо внешнее финансирование. Внешнее финансирование может быть возвратным – это банковский кредит, либо эмиссия и первичное размещение облигаций и безвозвратным. Во втором случае внешнее финансирование обычно осуществляется в форме эмиссии и

первичного размещения акций. Но гораздо более важным в развитии компании может стать привлечение бюджетного финансирования как за счёт федерального, так и за счёт местного бюджета [4]. Именно поддержка государства имеет очень значимую роль для отстающих отраслей нашей экономики, особенно в текущий период. Под поддержкой государства не обязательно понимается прямое вложение денежных средств: это могут быть различные налоговые льготы в виде пониженной ставки налога на прибыль или моратории на проверки. В качестве косвенной поддержки предприятий отдельной отрасли, можно отметить возможность оформления льготной ипотеки или отсрочки от армии сотрудников этих организаций. Это позволит увеличить количество высококвалифицированных специалистов необходимых областей и повысить конкурентоспособность российских компаний. Так в настоящее время IT-отрасль получает значительную помощь от государства.

Всё вышесказанное поможет компании эффективно развиваться в условиях ограниченности ресурсов, принимать правильные управленческие решения и создавать товары, которые смогут привлечь не только российского потребителя, но и в последствии завоевать долю рынка в мировой экономике. Известный факт, что китайское слово «кризис» часто упоминается в западных странах в мотивирующих текстах как состоящее из двух иероглифов, означающих, соответственно, «опасность» и «возможность». Текущая сложившаяся экономическая ситуация и санкционное давление является той самой возможностью для развития российских компаний и процветания экономики России.

Литература и источники

1. Таможенная статистика. Внешняя торговля Российской Федерации [Текст] // Официальный интернет-портал Федеральной таможенной службы. – URL: <https://customs.gov.ru/statistic/vneshn-torg> (дата обращения: 14.04.2024 г.).
2. Инвесторам и акционерам. Годовая бухгалтерская (финансовая) отчетность [Текст] // Официальный интернет-портал ПАО «Сургутнефтегаз». – URL <https://www.surgutneftegas.ru/investors/> (дата обращения: 14.04.2024 г.).
3. Борисова, О. В. Инвестиции: учебник и практикум для вузов / О. В. Борисова, Н. И. Малых, Л. В. Овешникова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 482 с.
4. Воронцовский, А. В. Управление инвестициями: инвестиции и инвестиционные риски в реальном секторе экономики : учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 391 с.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Бельчик Т.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 334.02

ПРОЕКТ СОЗДАНИЯ ДЕТЕЙЛИНГ-ЦЕНТРА

Напалков Н.И.

Казанский национальный исследовательский технический университет
им. А.Н. Туполева-КАИ
NMGalimullina@kai.ru

Аннотация. В работе раскрываются особенности применения проектного подхода при создании центра по модификации и уходу за автомобилями – детейлинг-центра. Автор анализирует востребованность данной услуги, раскрывает вопросы декомпозиции работ по созданию предприятия, очерчивает зоны ответственности. В работе предложены

элементы фирменного стиля для продукта проекта – мастерской по уходу за автомобилями.

Ключевые слова: проектирование, календарное планирование, матрица ответственности, бренд.

Детейлинг начал развиваться в России сравнительно недавно, в начале 2000-х годов. Со временем этот бизнес стал все более популярным и распространенным, особенно в крупных городах, где в 2023 г. функционировали 5220 студий детейлинга. По данным системы 2ГИС, наибольший рост количества детейлинг-студий по итогам 2023 г. продемонстрировал Краснодар, где количество компаний, оказывающих услуги по уходу за внешним и внутренним обликом автомобиля, достигло 328 (прирост на 17%) [1]. Среди городов, где услуги детейлинга становятся все более востребованными, можно отметить Москву, Нижний Новгород, Омск и Красноярск.

Проблема, которую предлагается решить в сфере детейлинга авто в России, заключается в недостаточно высоком качестве услуг, оказываемых многими компаниями в этой области. В частности, клиенты могут столкнуться с недостаточной чистотой салона, неудовлетворительным состоянием кузова после выезда из центра, плохим качеством полировки и другими проблемами, связанными с уходом за автомобилем.

Основная причина этой проблемы заключается в том, что многие компании не имеют достаточной экспертизы и опыта в области детейлинга автомобилей. Кроме того, многие из них экономят на использовании качественных материалов и оборудования, что отрицательно влияет на качество оказываемых услуг.

Другие причины проблемы могут включать в себя отсутствие единого стандарта качества услуг, недостаточную подготовку персонала, а также отсутствие конкуренции на рынке детейлинга автомобилей, что повышает спрос при низком предложении и вынуждает обращаться к недостаточно квалифицированным специалистам и организациям.

Кроме того, в ходе оказания услуг, связанных с детейлингом, возникают проблемные зоны, обусловленные использованием некачественных и опасных для здоровья материалов и инструментов, а также сложности с утилизацией опасных отходов после оказания услуг.

Можно отметить несколько мер по разрешению проблем, связанных с детейлингом:

ужесточение норм и правил по уходу за автомобилями на уровне государственных стандартов;

работа с производителями автомобилей, направленная на создание более защищенных поверхностей кузовов и салонов от механических и химических воздействий;

развитие и продвижение новых технологий и инструментов для более эффективной и безопасной очистки и полировки автомобилей;

создание профессиональных тренинг-центров для обучения мастеров, работающих в сегменте детейлинга.

Еще одним решением может стать открытие нового предприятия, в котором бы вышеописанные проблемные зоны были бы минимизированы.

Проектный подход предполагает тщательный анализ на стадии инициации проекта.

В частности, можно проанализировать результаты социологических опросов схожей тематики (провести вторичное исследование) и учесть полученные данные, например, согласно анкетированию, проведенному исследователями из Нижегородского государственного педагогического университета им. К.Минина, среди критериев, влияющих на выбор конкретного детейлинг центра, можно выделить близость к дому (76,7%), стоимость услуг (73,3%), качество (70%) и ассортимент услуг (66,7%), наличие бонусной программы лояльности (60%), наличие и комфорт зоны ожидания (20%) [2, с. 155].

Так для того, чтобы выяснить, насколько будет востребован потенциальный продукт, нами был проведен уточняющий опрос (первичное исследование) жителей города Казани. С помощью маркетингового опроса мы попытались выяснить, пользуются ли респонденты

услугами детейлинг-центра, если да, то какие работы они выбирают. Из результатов опроса следует, что 76% опрошенных (38 человек) считают детейлинг автомобилей актуальной проблемой. Выяснилось, что среди мужчин доля тех, кто регулярно проводит детейлинг, оказалась немного выше, чем среди женщин. Среди причин, по которым владельцы автомобилей проводят детейлинг, на первом месте стоит желание сохранить внешний вид автомобиля (90%, 45 человек). Также значительная часть респондентов (46%, 23 человека) отметили, что проводят детейлинг для улучшения качества эксплуатации автомобиля.

Результаты исследования позволили сделать предположение о потенциальной востребованности нашего проекта.

В то же время необходимо было провести конкурентный анализ, так как ёмкость рынка и потенциальная востребованность продуктов в конкретной нише являются важным параметром для оценки идеи продукта. На сегодняшний день, согласно данным 2 ГИС в Казани существует 244 компании, которые оказывают услуги детейлинга. Косвенным параметром оценки результативности их работы может стать показатель удовлетворённости клиентов, который представлен в виде оценки в 2 ГИС, но этот показатель требует более детальной проработки.

Процесс разработки проекта включает в себя также и оценку сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз – результаты SWOT-анализа представлены в таблице.

Таблица 1 – SWOT-анализ проекта по созданию детейлинг-центра

<p>Strengths</p> <p>1. S1 – Высокий спрос на автомобильные услуги в России;</p> <p>2. S2 – Растущий рынок автомобильной индустрии;</p> <p>3.S3 – Конкурентоспособность цен и высокое качество услуг.</p>	<p>Weaknesses</p> <p>1. W1 – Недостаточная осведомленность потенциальных клиентов о детейлинге;</p> <p>2. W2 – Не всегда высокое качество услуг в некоторых компаниях;</p> <p>3.W3 – Непостоянный спрос.</p>
<p>Opportunities</p> <p>1.O1 – Внимание к сохранению качества автомобилей вследствие роста цен на новые машины;</p> <p>2. O2 – Растущий интерес к автомобильным услугам;</p> <p>3.O3 – Увеличение количества автомобилей, которые нуждаются в детейлинге.</p>	<p>Threats</p> <p>1.T1 – Конкуренция со стороны других компаний;</p> <p>2.T2 – Негативные отзывы клиентов в социальных сетях;</p> <p>3.T3 – Низкие цены конкурентов и неконкурентоспособность собственных цен.</p>

При написании работы нами был выявлены стейкхолдеры проекта, в которые включаются как внешние (поставщики материалов и оборудования, конкуренты, государственные регулирующие органы и местные власти, клиенты, местное сообщество, инвесторы, представители медиасферы), так и внутренние (руководитель и команда проекта) заинтересованные люди и организации.

Перед воплощением проекта необходимо провести декомпозицию и составить иерархическую структуру работ. В самом общем приближении предстоящие операции могут быть сформированы по таким блокам:

- создание юридического лица;
- аренда помещения под Центр;
- оснащение, покупка инструментов;
- поиск и найм персонала;
- закупка материалов, одежды персонала;
- предстартовая рекламная кампания.

Для реализации были назначены ответственные согласно матрице RACI. Так по задаче аренда помещения под Центр исполнителем выступает администратор, ответственным – руководитель проекта, в то время как бухгалтер является наблюдателем, технические специалисты являются консультантами.

Как было указано выше, рекламная кампания должна предварять открытие центра. Необходимо обеспечить не только качество предоставляемых услуг, но и узнаваемость компании, сформировать эмоциональное отношение к организации - пойти по пути формирования бренда. Первым шагом может стать создание логотипа организации. Нами разработан логотип, представляющий собой изображение в черно-белом варианте.



Рисунок 1 – Логотип детейлинг-центра

Корона ассоциируется с роскошью, а красивые ветви подчеркивают внимание к деталям, что демонстрирует высокое качество услуг и ассоциируются с природой и свежестью, что является важным для детейлинг-центра, специализирующегося на чистке и уходе за автомобилями. Эти элементы подчеркивают, что наш центр является местом для профессионального ухода за автомобилем.

Безусловно реализация данного проекта потребует немалых вложений и необходимо учитывать возможные риски, с которыми команда проекта может столкнуться. Среди них особую значимость приобретают такие как долгий выход на расчетные объемы вследствие малого спроса (избрана стратегия уклонения от риска), экономический спад в стране (будет применена стратегия принятия риска), усиление конкуренции (необходимо использовать стратегию снижения риска).

Литература и источники

1. Романова, Т. С виду как новые: в России растет спрос на детейлинг / Т. Романова. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/499216-s-vidu-kak-novye-v-rossii-rastet-spros-na-detejling> (дата обращения 10.05.2024)

2. Мухина, М. В. Маркетинговое исследование выбора автомобильных детейлинг центров потребителями / М. В. Мухина, М. Е. Старыгина, Ю. В. Поздышева, А. П. Биндюкова, Е. М. Шамина // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – №6(48). – С. 153-159.

Научный руководитель – канд. истор. наук, доц. Галимуллина Н.М., Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева - КАИ

УДК 338

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ

Неверова К.Н.

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева»
217113@kuzstu.ru

Аннотация. *Цифровые технологии стремительно внедряются во все сферы общественной жизни людей. Стратегически важным признается следование новым тенденциям, поэтому цифровизация – это новый толчок для создания и развития бизнеса. Разнообразие технологий создает множество возможностей как для реализации новых идей, так и для оптимизации действующих бизнес-процессов. При внедрении инноваций фактический финансовый результат проекта может отклоняться от ожидаемого в результате влияния на проект различных видов риска. В статье отражены современные технологии цифровой трансформации, дана характеристика рисков их внедрения.*

Ключевые слова: *бизнес-процессы, цифровизация, цифровые технологии, цифровые экосистемы, искусственный интеллект, финансовая архитектура.*

Научно-технический прогресс оказывает влияние на все сферы жизнедеятельности. Сегодня можно говорить, что мы живем в век высоких технологий. Драйвером развития экономики является ее цифровизация, позволяющая совершенствовать действующие бизнес-процессы, а также использовать новые возможности организации сбыта продукции, обслуживания клиентов.

В настоящее время нет единства мнений относительно категории «бизнес-процесс». Так, по определению М. Робсона и Ф. Уллах бизнес-процесс – это поток работы, переходящий от одного человека к другому, для организаций более крупного бизнеса – от одного отдела к другому [1]. Другие исследователи уточняют данное понятие: бизнес-процесс – многократно повторяющаяся, логически связанная последовательность действий, направленная на создание ценности для потребителя [2]. Бизнес-процессы как основные элементы всего производства, должны все время развиваться, иначе та основа, на которой строится вся дальнейшая инфраструктура и все дальнейшие процессы будет устаревать и в конечном счете стагнировать.

Сейчас в каждый процесс, проходящий на производстве, стараются внедрить какое-либо новшество, какую-либо цифровую технологию, для того чтобы оптимизировать его работу. Также разрабатываются множество различных технологий для их дальнейшего внедрения. При этом, как показывает практика, это приносит положительные результаты.

Конечно, внедрение технологий – это процесс затратный и сложный, но инвестиции в ряде случаев оказываются достаточно эффективными. В настоящее время цифровые технологии наиболее активно внедряются в производстве товаров и услуг, в меньшей степени цифровизирован маркетинг, сфера услуг и взаимодействия с поставщиками [3].

Таким образом, цифровая трансформация – это интеграция цифровых технологий во все области бизнеса, фундаментально меняющая способы организации работы, путем предоставления ценностей клиентам.

Компании внедряющие цифровые технологии, обычно отождествляют их с реализацией ERP, MES, BPM систем. На этих системах строится полная инфраструктура автоматизации бизнес-процессов. Ниже приведены некоторые прикладные и сетевые технологии, формирующие цифровую трансформацию в бизнесе:

- Искусственный интеллект (ИИ). Возможно, это одно из самых популярных на данный момент изобретений. Он постепенно преобразует предприятия всех форм, размеров и типов с

помощью механизма автоматизации и имитации человеческого мышления. При этом, так как программа самообучаема, она способна в дальнейшем сама генерировать данные, которым ее и обучали. ИИ можно найти в профилактическом обслуживании, рекомендациях по продуктам, автоматизации процессов, чат-ботах и множестве других приложений.

- Облачные вычисления приобрели влияние не только как предпочтительная платформа для поставщиков услуг, но и как популярные облачные приложения, такие как Office 365, Google Drive и SalesForce, которые позволяют управлять бизнесом «на ходу». Поддержание многопользовательского режима очень важно для работы над проектами с большим количеством людей, при этом в такие приложения и пакеты внедрен большой функционал в виде различного инструментария.

- Мобильные устройства и приложения быстро захватывают мировой бизнес-рынок. Поэтому, множество компаний интегрируют в свою деятельность, помимо сайтов, разнообразные приложения, предлагая более удобный и усовершенствованный интерфейс. Во многом создание собственного приложения – это переход на новый уровень развития компании.

- Дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR). В настоящее время глобальные компании с передовыми технологическими возможностями используют AR и VR для развертывания продуктов, симуляции, пошаговые руководства, инструменты для совместной работы и платформы взаимодействия с клиентами. С их помощью появляется возможность обучить человека новым навыкам и техникам. Данная технология удобна тем, что позволяет минимизировать чрезвычайные ситуации на производстве либо в идеале исключить их вовсе.

- Новейшая архитектура многих холдингов, на которой строится весь бизнес и направления их развития. Основная часть развития и создания бизнеса – это его грамотно построенная архитектура, так как после этого будут выбраны направления, цели, инструменты и так далее. Важно изменять, поддерживать и развивать свою интеллектуальную архитектуру вместе с развитием и требованиями рынка. Создание архитектуры основано на создании бизнес-модели в виде базы данных и последующих ее преобразованиях.

- Цифровые экосистемы, где собирается множество приложений, помогающих ориентированию пользователя в большом наборе продуктов компании, данные технологии могут повысить спрос, так как затраченное время на поиск нужной услуги и товара будет значительно сокращено. Если смотреть на развитие российских компаний, связанных с высокой цифровизацией бизнеса, то примерами таких компаний могут выступить – Яндекс, Сбербанк, МТС и VK. Их экосистемы, разработанные на базах цифровых платформ разнообразной электронной коммерции, балловой системы оплаты, подписок на многие функции, выгодны пользователям. Таким образом они повышают концентрацию своих основных активов и увеличивают как поток пользователей, так и конверсию сайтов.

- Электронная коммерция на базе модели B2B. Онлайн-платформы начали развиваться в ускоренном темпе совсем недавно, поэтому сейчас они набирают популярность и очень распространены за счет своего удобства в увеличении производительности. Такие примеры компаний на российском рынке как Wildberries, Ozon и AliExpress во многом помогают в сбыте продукции как для предприятий среднего, так и малого бизнеса [4, с. 4].

Несмотря на все вышеперечисленные развивающиеся технологии, процесс цифровизации высокозатратный процесс и требует тщательных проверок, отработок архитектуры. Не каждая компания готова на качественный и долгий ввод технологии в какой-либо бизнес-процесс, ведь это может повлечь результат, который совсем не ожидали.

Основная причина отказа от цифровизации – это невысокая осведомленность и отсутствие потребности в них. Высокий уровень нехватки финансирования или поиск релевантных решений по внедрению цифровых компонентов не позволяет в полной мере развивать экономику в целом. В связи с чем в рамках Указов Президента РФ № 204 от

07.05.2018 г. «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», Правительством РФ сформирована и реализуется национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» утвержденная протоколом заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 4.06.2019 г. № 7. В результате РФ удалось занять 14 место в мире по развитию цифровых технологий в 2023 г. [5].

Постепенно ситуация меняется, и цифровая трансформация становится новой мантрой глобального бизнеса. Каждая организация в частном порядке сталкивается с неким количеством рисков в ходе внедрения цифровых технологий. Так, большое количество компаний может столкнуться с риском использования больших данных (BigData). Для данной технологии требуется постоянный мониторинг и квалифицированный персонал, так как в случае потери данных и попаданию их в сеть Интернет, последствием будет потеря конфиденциальных данных. Это серьезная угроза для деловой репутации организации, безопасности сотрудников и клиентов.

При использовании искусственного интеллекта в цифровизации существует риск того, что программа может запомнить ошибки человека в процессе ее обучения и проецировать их на производство, а перенастройка такого сложного механизма требует значительных ресурсов.

Цифровые экосистемы, роботизированные технологии, искусственный интеллект и другие цифровые технологии могут помочь в прогнозировании трендов и выявлении неэффективных зон, предоставляя ценные данные для стратегического планирования. Эти технологии помогают предприятию быть на шаг впереди, оптимизируя процессы и ресурсы в соответствии с текущими и будущими потребностями рынка [7, с. 4].

Литература и источники

1. Рубцов, С. В. Уточнение понятия «бизнес-процесс» / С. В. Рубцов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 26-33.
2. Что такое бизнес-процессы. Обзор базовых понятий BPM // ELMA 365. URL: <https://elma365.com/ru/articles/chto-takoe-biznes-processy-obzor-bazovyh-ponyatij-bpm/> (дата обращения: 02.05.2024).
3. Цифровые технологии в бизнесе: практики и барьеры использования // ВШЭ. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/890550370.pdf> (дата обращения: 08.05.2024).
4. Косарева, И. Н. Особенности управления предприятием в условиях цифровизации / И. Н. Косарева, В. П. Самарина // Вестник евразийской науки. – 2019. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-upravleniya-predpriyatiem-v-usloviyah-tsifrovizatsii> (дата обращения: 26.04.2024).
5. Россия вошла в топ-20 стран по развитию цифровых технологий // ТАСС. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/16825231> (дата обращения: 24.04.2024).
6. Цифровая экономика РФ. – URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> (дата обращения: 08.05.2024).
7. Крохина, П. А., Влияние цифровизации на эффективность деятельности организаций / П. А. Крохина, Т. Н. Субботина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2024. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tsifrovizatsii-na-effektivnost-deyatelnosti-organizatsiy> (дата обращения: 06.05.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Зонова О.В., ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева»

УДК 316.344

ГЕНДЕРНОЕ НЕРАВЕНСТВО В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ: ФОКУС ВНИМАНИЯ СТУДЕНТОВ

Николаев А.И.

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»
nikolaev.andrey.045@gmail.com

***Аннотация.** В статье рассмотрена проблема гендерного неравенства в сфере менеджмента. Показано, что в обществе происходит снижение гендерной дискриминации, но сохраняются гендерные стереотипы. На основании глубинного интервью автор пришел к выводу о наличии гендерного неравенства. Однако оно не влияет на цель самореализации девушек-студентов в сфере менеджмента, а также о значительной роли семейных отношений в выборе женским полом руководящих специальностей.*

***Ключевые слова:** гендерное неравенство, представления студентов, гендер, образование, неравенство, женщины.*

В современном мире, несмотря на предоставление равных возможностей мужчинам и женщинам, сохраняется гендерное неравенство, которое проявляется в доминировании одним полом над другим в различных профессиональных сферах. Одной из таких сфер является менеджмент, сохраняющий гендерный дисбаланс. Согласно исследованию, ВЦИОМ, в 2022 году более 60% респондентов отмечают тот факт, что их непосредственный руководитель – мужчина [2].

Однако, в последнее время происходит динамичное развитие экономики России. И на первый план стали выходить талант, навыки и компетенции человека, а не его половая принадлежность. Также происходит сокращение разрыва между оплатой труда мужчинам и женщинам. Например, в 2005 году заработная плата женщины составляла 61% от заработной платы мужчины, в то время как в 2021 году, данный показатель был равен 73% [3]. Данный пример может говорить о снижении дискриминации к женскому полу. Вследствие этого женщины стали начинать строить карьеру в «мужских» профессиях и вести бизнес. При этом возрастает спрос на обучение менеджерским специальностям, и студенческие группы представлены как женщинами, так и мужчинами.

Несмотря на успехи в установлении гендерного равенства, сохраняются гендерные стереотипы и предрассудки. Именно они затрудняют профессиональную реализацию женского пола и создают «целый ряд феноменов, связанных с доступом женщин к управленческим должностям, которые, в свою очередь, неизменно связаны с принятием решений» [1, с. 83]. Примером невидимого барьера может стать феномен «стеклянного потолка». Основная идея данного феномена заключается в том, что вопреки всем усилиям, знаниям и опыту женщины, ее карьерный рост затруднен из-за невидимых преград, которые мешают горизонтальной мобильности. Эти преграды в основном состоят из стереотипов и социальных ожиданий относительно женского пола.

С одной стороны, в современном мире до сих пор присутствует деление профессий на «мужские» и «женские», вследствие чего продолжают существовать стереотипы относительно естественной профессиональной деятельности женского пола, однако, с другой стороны, молодежь выступает за равные возможности самореализации мужчин и женщин, что ведет к тому, что девушки поступают на обучение менеджерских специальностей, которые считаются «мужскими».

Ключевой вопрос проведенного автором исследования был направлен на выявление представлений студентов специальности обучения «Менеджмент» о наличии гендерных стереотипов в их будущей профессиональной деятельности.

Отметим, что термин «гендер» в значении «социальный пол» впервые был использован в работе Р. Столлера «Пол и гендер: для развития мужественности и женственности». По его мнению, гендер представляет собой концепцию, которая строится на психологических и культурных аспектах и независима от биологических особенностей человека [4]. Следовательно, социальные различия мужчин и женщин обусловлены социализацией и культурой. Исходя из этого определена первая гипотеза: на выбор девушкой направления обучения «Менеджмент» оказывает влияние тип семьи (матриархальная семья).

Вторая гипотеза основывается на том, что в современном мире существует феномен «стеклянного потолка», поэтому девушки не планируют работать по специальности, а планируют открыть свой бизнес и применять свои профессиональные компетенции в этом направлении.

В ходе исследования информация собиралась посредством интервью, в котором приняло участие 5 девушек, обучающихся на направлении «Менеджмент» и «Управление персоналом», в возрасте от 18 лет до 23 лет. У половины их опрошенных имеется опыт работы по специальности.

Говоря о наличии гендерного неравенства в образовательном процессе, большая часть участников исследования указала на то, что сталкивалась с неравным отношением к мужчинам и женщинам. Проявлялось такое отношение в виде снисходительного отношения к мужскому полу со стороны преподавателей. *«Слышала, что преподаватель, который ведет у нас только лекции, на семинарах с другими группами подтягивает и лояльно относится к парням, а девушек оценивает со всей строгостью»* (ж, 19 лет). Но несмотря на наличие стереотипов, каждый респондент отметил огромную роль современного образования в устранении предвзятого отношения, так как *«только посредством передачи знаний и компетенций»* (ж, 23 года) возможно построить общество без дискриминации.

Исходя из ответов на вопрос о наличии гендерного неравенства в сфере менеджмента, можно сделать вывод о том, что в обществе еще существует предвзятое отношение по отношению к женскому полу на руководящих должностях. Однако респонденты сошлись во мнении, что число людей, относящихся негативно к женщинам-руководителям, уменьшается и, возможно, к моменту их выпуска достигнет минимума. *«Безусловно, есть некоторый процент людей, который уже не ставит ограничений и стереотипов по поводу женского руководства. Но пока этот процент в меньшинстве»* (ж, 19 лет). Респондентами также отмечается, что в отношении к женщинам-руководителям во многом зависит от сферы деятельности, например, если *«должность интеллектуального труда»* (ж, 23 года) или в гуманитарных областях *«женщина будто вжилась в роль руководителя, однозначно положительно воспринимается обществом»* (ж, 19 лет). Стоит упомянуть, что большинство участников исследования высказались о готовности к столкновению с предвзятым отношением: *«Я считаю, что даже, если и сталкиваются, то они стараются их игнорировать»* (ж, 18 лет). Данный факт может говорить о высокой правовой поддержке, а также о том, что предвзятое отношение порицается общественностью. Вследствие этого можно наблюдать такое явление, что *«компании хотят показать, что они прогрессивные»* (ж, 23 года), поэтому активно привлекают девушек на руководящей позиции. Однако данная тенденция вскоре стабилизируется.

На вопрос о типе семьи все респонденты утверждали о главенствующей роли женского пола в принятии ключевых решений в семье. Большая часть респондентов живет в неполных семьях, что приводит к отсутствию *«перед глазами образа мужчины, который мог бы помочь мне как-либо. Поэтому, возникающие проблемы я решала сама, что укоренило во мне понимание полагаться на саму себя»* (ж, 18 лет). Следовательно, можно утверждать о

значительной роли типа семьи на выбор женщинами руководящих специальностей. Данный факт является основанием для подтверждения первой выдвинутой гипотезы.

Высказываясь о будущем трудоустройстве и работе по специальности, абсолютное большинство высказалось о планах работы в сфере менеджмента, несмотря на наличие гендерных стереотипов, что может свидетельствовать о скрытости или слабой выраженности феномена «стеклянного потолка» в представлениях студентов. *«Для меня получить диплом об образовании HR-менеджера и уйти в сферу, никак не связанную с дипломом - неприемлемо»* (ж, 18 лет). О желании открыть свой бизнес высказалось только 20% респондентов. *«Вижу себя в роли лидера, то есть бизнесвумен. Отмечу, что знания, полученные в ходе высшего образования, сыграют большую роль»* (ж, 20 лет). Следовательно, можно сделать вывод о том, что вторая гипотеза не подтвердилась.

Таким образом, можно сказать, что в современном мире, по представлению студентов, присутствуют гендерные стереотипы, однако их роль становится менее значимой для работодателей. Образовательные программы предоставляют доступ в равной степени как женщинам, так и мужчинам, а преобладание представительниц женского пола на направлениях «Менеджмент» и «Управление персоналом» может говорить о том, что в настоящее время имеются все каналы для женской вертикальной мобильности. Данный факт является основанием для опровержения второй выдвинутой гипотезы. Было выявлено о наличии женщины, исполняющей роль лидера, семьях участников исследования. Данный факт может способствовать формированию у дочери представлений о сильных и независимых женщинах, что оказывает влияние на выбор руководящих специальностей. Следовательно, первая выдвинутая гипотеза подтвердилась.

Однако данное исследование является пилотажным. В дальнейшем необходимо более детальное исследование этой проблемы, которое будет включать исследование мнения студентов мужчин, а также студентов, окончивших обучение в вузе, которые столкнулись с реалиями рынка труда.

Литература и источники

1. Ильина, Е. Л. Гендерные особенности в формировании менеджмента компаний / Е. Л. Ильина, А. Н. Латкин, Э. А. Бочарова, И. А. Королева // сб. тр. конф-ии. – М.: РЭУ, 2017. – С. 83-85.
2. Работа, зарплата и руководство: достигнут ли гендерный баланс? // Исследование ВЦИОМ. – 2022. [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rabota-zarplata-i-rukovodstvo-dostignut-li-gendernyi-balans> (дата обращения: 23.04.2024).
3. Средняя начисленная заработная плата мужчин и женщин по обследованным видам экономической деятельности // Данные ФСГС. – 2024. [Электронный ресурс] URL: https://rosstat.gov.ru/labour_costs (дата обращения: 23.04.2024).
4. Stoller, R. J. Sex and gender: on the development of masculinity and femininity / R. J. Stoller. – New York: Science House, 1968. – 383 p.

Научный руководитель – д-р социол. наук, проф. Ильиных С.А., ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»

УДК 331.103.3

ПЕРВОКУРСНИКИ И ИХ ВРЕМЯ: ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Новикова С.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
svetalnov@inbox.ru

***Аннотация.** В статье представлены результаты социологического исследования, проведенного среди первокурсников института экономики и управления КемГУ и показывающие, как они распределяют свое время и как оценивают эффективность временных затрат. Результаты исследования 2024 года сравниваются с аналогичными данными 2022 года. Проведенное исследование показывает, что студенты не всегда рационально распределяют свое время и хотели бы научиться его правильно планировать.*

***Ключевые слова:** время, досуг, виды деятельности, времяпровождение студентов, затраты времени, будний день, выходной день.*

Время – это категория, которая, казалось бы, понятна каждому. Но попытки его глубокого изучения приводят ученых к самым разным выводам, порождают горячие дискуссии по поводу его сущности. До сих пор не существует общепринятого понятия времени, хотя представители разных наук давно его изучают и пытаются объяснить природу. Остается актуальной мысль Аристотеля, который считал, что «время – самое неизвестное из всех известных вещей» [1].

Как утверждает Г.А. Атаманов, «Время – родовое понятие протяженности (длительности) процессов». Однако исследователь признает особенности восприятия времени: «Субъект занят делом – «время летит», субъект ждет – «время тянется». Это субъективная оценка объективного процесса. Объективно скорость процесса не меняется, меняется только представление субъекта о длительности процесса» [2].

Анализ того, как люди относятся ко времени, как им распоряжаются, отражает многие аспекты их жизнедеятельности. Эффективное использование времени, умение его целесообразно применять, особенно молодежью, студентами, которым приходится справляться с множеством обязанностей, имеют очень важное значение для достижения оптимальных результатов в труде, учебе, жизни. Осмысленное распределение временных ресурсов и составление планов действий играют ключевую роль в достижении успеха.

Чтобы выяснить, как начинающие студенты института экономики и управления (ИЭУ) Кемеровского государственного университета относятся к своему времени, в марте 2024 года было проведено социологическое исследование в форме анкетирования. Объектом исследования были студенты первого курса ИЭУ (опрошено 73 человека), предметом – использование ими своего времени. Среди опрошенных 28% - юноши, 72% - девушки; 57% обучаются на бюджетной основе, 43% - на контрактной; 55% проживают с родителями, 23% - в общежитии, 12% снимают жилье, 7% имеют собственное; 27% студентов оценили свой доход (своей семьи) выше среднего уровня, 56% - на среднем уровне, 10% - ниже среднего. Подобное исследование среди первокурсников ИЭУ было проведено и в 2022 году (опрошено 60), что дает возможность сравнивать социологические данные в динамике за два года.

Для определения, как первокурсники распоряжаются своим временем, на что его тратят в будние и выходные дни, им был задан общий вопрос в виде таблицы, в которую они вносили обычные затраты времени на перечисленные занятия. Полученные усредненные

ответы на этот вопрос представлены в таблице. При этом данные приведены как в расчете на всех опрошенных студентов, так и в расчете на тех, кто указал траты времени на перечисленные занятия, с указанием соответствующего числа респондентов.

Таблица 1 – Средние затраты времени студентами на различные занятия

№	Занятия, действия	будний		выходной	
		Час.	Час. / чел.	Час.	Час. / чел.
1	Сон	6,3	6,3 / 73	8,3	8,3 / 73
2	Личная гигиена, уход за собой	1,2	1,2 / 73	1,4	1,4 / 73
3	Употребление пищи	1,4	1,4 / 71	1,6	1,7 / 71
4	Домашняя работа (уборка, готовка, стирка, ремонтные работы и т.п.)	1,2	1,4 / 65	1,6	1,8 / 67
5	Время на перемещения, поездки	1,8	1,8 / 71	1,4	2,1 / 51
6	Учеба в вузе по расписанию	4,8	4,9 / 70	0,6	2,6 / 18
7	Подготовка к занятиям, чтение специальной литературы	1,6	1,7 / 64	1,6	2,1 / 55
8	Подработка официальная	0,5	4,8 / 8	0,6	5,8 / 7
9	Подработка неофициальная	0,5	3,5 / 11	0,6	5,1 / 9
10	Общественная работа, участие в культурно-массовых мероприятиях	0,3	2,2 / 11	0,1	3,2 / 3
11	Чтение худож. и прочей литературы	0,6	1,5 / 33	0,9	1,6 / 41
12	Общение в соцсетях, просмотр роликов	2,3	2,4 / 69	3,1	3,4 / 66
13	Игры на компьютере, смартфоне	0,7	1,4 / 34	0,9	1,9 / 36
14	Непосредственное общение с друзьями, приятелями	1,8	2,1 / 63	2,0	2,4 / 63
15	Общение с членами семьи	1,1	1,2 / 63	1,7	2,2 / 57
16	Просмотр телепередач, телефильмов	0,3	1,3 / 18	0,7	2,2 / 24
17	Посещение кинотеатров, клубов, торгово-развлекательных центров	0,3	1,5 / 13	1,1	2,0 / 41
18	Посещение театров, концертов, музеев	0,3	2,0 / 11	0,4	2,1 / 15
19	Прослушивание музыки	2,1	2,8 / 55	2,4	3,3 / 54
20	Занятия физкультурой и спортом	0,8	1,3 / 43	0,6	1,4 / 32
21	Занятия хобби	0,4	1,5 / 17	0,6	1,9 / 25
22	Активный отдых (прогулки и т.п.)	0,8	1,4 / 43	1,6	2,5 / 47
23	Пассивный отдых	1,4	2,4 / 42	2,1	3,2 / 48
24	Другие виды деятельности	0,7	3,1 / 17	0,6	2,6 / 17

Как видно из приведенных данных, на удовлетворение основных физиологических потребностей (сон, личная гигиена и забота о себе, прием пищи) студенты тратят больше всего времени. Анализ показал, что студенты в 2024 году в будние дни в среднем спят около 6,3 часа, что немного меньше, чем первокурсники в 2022 году, которые спали в среднем 6,7 часа. В выходные же дни нынешние студенты уделяют сну в среднем 8,3 часа, в то время как в 2022 году студенты спали на час больше - 9,4.

Студенты 2024 года уделяют личной гигиене в будние дни в среднем 1,2 часа, что больше, чем студенты в 2022 году, где этот показатель составлял 1 час. В выходные дни текущие первокурсники тратят на личную гигиену в среднем 1,4 часа, в то время как

предыдущие студенты первых курсов уделяли этому занятию 1,2 часа. В будние дни среднее время, затраченное молодыми людьми на прием пищи, составляет 1,4 часа, что незначительно превышает результаты студентов 2022 года с их 1,3 часа. В выходные же дни текущие первокурсники проводят за этим занятием в среднем 1,6 часа, в то время как бывшие первокурсники тратили на это немного меньше - 1,5 часа. В итоге, между студентами 2022 года и 2024 года есть незначительные различия: текущие первокурсники в будний день тратят 8,8 часа на удовлетворение физиологических потребностей, в то время как прошлые - 8,9 часа; в выходной же день первые тратят 11,3 часа, а вторые - 12,1 часа на это.

Важнейшая область деятельности для студентов – это обучение, включая походы в учебные заведения. В будние дни студенты первого курса 2024 года уделяют учебе в вузе в среднем 4,8 часа, а в выходные дни - около 0,6 часа (некоторые студенты к выходным дням отнесли субботу, хотя в университете – это учебный день). Студенты 2022 года в будние дни тратили на аудиторные занятия 6,3 часа, а в выходные – 0,1 часа. В отношении подготовки к учебным предметам первокурсники в настоящее время уделяют этому занятию больше времени, чем первокурсники 2022 года - в среднем 1,5 часа и 1,3 часа соответственно. В выходные дни нынешние студенты тратят на подготовку 1,6 часа, в то время как прежние первокурсники уделяли ей по 1,1 часа.

Среди студентов есть те, кто подрабатывает, причем официально, их число составляет 8 человек (в выходные – 7). В будние дни они тратят в среднем по 4,8 часа, в выходные – по 5,8. Эти показатели существенно больше, чем у студентов 2022 года, где таких работающих студентов было всего трое, и они тратили на работу и в будние, и в выходные дни по 3,3 часа. Относительно неофициальной работы: в ней задействованы 11 настоящих первокурсников (9 – в выходные дни). В будние дни данная деятельность отнимает у них 3,5 часа, а в выходные – 5,1 часа, что отличается от предыдущих первокурсников, которые в будни тратили по 2,6 часа на неофициальную работу, а в выходные – по 4,8 часа. В пересчете на всех опрошенных студентов время и официальных, и неофициальных подработок составляет 0,5 часа в будние и 0,6 - в выходные дни.

Определенная часть студентов занимаются общественной деятельностью. В 2024 году их число составило 11 человек (в выходные – 3), и в будние дни на это уходит в среднем по 2,2 часа, а в выходные – по 3,2 часа. В 2022 году количество студентов в этой категории было больше – 18 человек, и они тратили на общественную деятельность в будние дни в среднем 2,1 часа, а в выходные - 3 часа своего времени.

Оценивая время, которое студенты тратят на домашнюю работу и перемещения (непреложные занятия), можно отметить следующее: нынешние первокурсники расходуют на домашнюю работу в будние дни в среднем 1,2 часа, а в выходные - 1,6 часа, в то время как предыдущие первокурсники в будний день отводили на это 0,9 часа, а в выходной - 1,5 часа, то есть меньше, чем современные студенты. Однако не все студенты заняты домашними делами, этот вид деятельности отметили 65 человек в будние дни и 67 – в выходные. Что касается времени на перемещения, студенты 2024 года тратят на них в среднем 1,8 часа в будние дни и 1,4 - в выходные. В свою очередь, прошлые первокурсники тратили на перемещения в будни по 1,2 часа, а в выходные – по 1 часу, что также ниже, чем у текущих первокурсников. Важно подчеркнуть, что в 2022 году студенты 1 курса учились в отдаленном от центра корпусе, а в 2024 году – в центре города.

Самая многообразная по видам деятельности группа занятий – досуг (в исследовании выделено 13 форм времяпрепровождения). Наиболее распространенное среди студентов досуговое занятие - общение в социальных сетях, просмотр роликов – из 73 респондентов 69 тратят на него в среднем по 2,4 часа в будние дни и 66 человек по 3,4 часа – в выходные (в пересчете на всех опрошенных по 2,3 и 3,1 часа соответственно). Следует отметить, что эти показатели ниже, чем в 2022 году.

На втором месте по продолжительности находится прослушивание музыки (55 человек в будние дни и 54 – в выходные), занимающее у них по 2,8 и 2,4 часа соответственно. В 2022 году на второй позиции было общение с друзьями, которое теперь оказалось на третьем месте по длительности (2,1 и 2,2 часа), но осталось на втором по популярности (по 63 человека в будние и выходные дни). Следует подчеркнуть, что обычно люди слушают музыку, совмещая это занятие с каким-то другими делами.

Часть опрошенных предпочитают пассивный отдых (42 студента в будние и 48 – в выходные дни), причем он у них достаточно продолжительный (в среднем по 2,4 и 3,2 часа). Большинство студентов (63 и 57 человек) уделяют время на общение с родными (в среднем 1,2 и 2,2 часа). Многие студенты (43 и 32 человека) занимаются физкультурой и спортом (по 1,3 и 1,4 часа); прогулками и другими формами активного отдыха (43 и 47 человек по 1,4 и 1,6 часа в будние и выходные). Художественная литература интересует 33 студента в будние и 41 - в выходные дни, которая занимает 1,5 и 1,6 часа соответственно. Примерно также распространены среди первокурсников компьютерные игры (34 человека по 1,4 часа в учебные дни и 36 человек по 1,9 часа в выходные). Остальные формы свободного времяпрепровождения имеют невысокую популярность в студенческой среде. Сравнение данных в динамике показало, что современные студенты чаще посещают культурные учреждения и в большей мере отдают предпочтения пассивному отдыху, чем их предшественники.

Дальнейший анализ социологической информации показал, что 60% первокурсников 2024 года удовлетворены тем, как используют свое время (полностью удовлетворены 23%), а 36% - не удовлетворены (совсем не удовлетворены 3%). Два года назад удовлетворенных студентов было больше на 5%. Студенты считают, что тратят слишком много времени на учебу в стенах вуза, подготовку к занятиям, официальную подработку и пассивный отдых, не хватает же им времени, прежде всего, на сон и активный отдых. В 2022 году первокурсники указывали на большие траты времени на учебу и общение в соцсетях и на недостаток времени на сон, хобби и активный отдых.

В качестве основных помех эффективного использования времени студенты назвали неудобное расписание занятий (44% в 2024 г. и 45% в 2022 г.), собственную лень (43% и 45%), большой объем учебной нагрузки (35% и 25%), сложность отказаться от общения и развлечений с помощью гаджетов (26% и 35%), неумение планировать дела (22% и 23%), нехватку денег (22% и 13%). А некоторые студенты (21% и 13%) не смогли сказать определенно, что им мешает использовать время так, как хотелось бы.

Важно подчеркнуть, что только половина нынешних и прошлых первокурсников соблюдают режим дня, не все планируют свои дела (это делают 67% первокурсников 2024 г. и делали 50% в 2022 г.). При этом 39% и 37% студентов соответственно по годам чаще всего не выполняют запланированные занятия. Подавляющее большинство студентов (95% в 2024 г. и 90% в 2022 г.) хотели бы научиться более рационально планировать и использовать имеющееся у них время.

Подводя итог, можно отметить, что студенты первого курса далеко не всегда эффективно распределяют свое время, признавая недостаток знаний по рациональному планированию и использованию бюджета времени. Это говорит об актуальности знаний о самоорганизации и тайм-менеджменту.

Литература и источники

1. Пирогова, Е. Что такое время и почему о нем спорят ученые. Электронный ресурс <https://trends.rbc.ru/trends/social/654c8e0d9a7947583af3b2bc>
2. Атаманов, Г. А. Что такое время? [Текст] // Международный научный журнал «Инновационная наука». – 2021. – № 1. – С. 79-88.

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Морозова Е.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 658.511

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНКИ РАБОЧИХ КАДРОВ КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Пляко П.А.

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет путей сообщения»,
Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал
PepeLa02@mail.ru

Аннотация. В данной статье раскрывается влияние оценки персонала на показатели эффективности деятельности организации. Актуальность данной темы заключается в том, что грамотно подготовленная и проведенная процедура оценки профессиональных и личностных компетенций сотрудников – эффективный инструмент управления. На данный момент система оценки персонала в России не так популярна, как за рубежом, 40% отечественных компаний не считают необходимостью проводить систему оценки персонал, в то время как в зарубежных организациях такой мысли придерживаются лишь 8%.

Ключевые слова: оценка персонала, аттестация, методы оценки.

На сегодняшний день одним из инструментов, необходимых для управления персоналом является оценка кадров компании. Грамотное использование и управление таких ресурсов как персонал позволит компании повысить свою конкурентоспособность. Все элементы системы управления персоналом помогает связать вместе оценка персонала и именно поэтому её значение достаточно высоко. Проведение оценки как личностных, так и профессиональных качеств работника позволяет более эффективно управлять персоналом, если не уделять этому должное внимание, то невозможно будет в полной мере реализовать такие управленческие функции как: планирование кадров; мотивация и развитие; формирование кадрового резерва и кадровое перемещение; адаптация и т. д. [1].

Оценка персонала – это регулярная процедура, которая включает в себя организационные и управленческие задачи, устанавливаемые для большей части работников. Оценка позволят в полной мере выявить профессиональные и личностные качества персонала, как сильные стороны сотрудника, так и слабые его стороны.

При работе с сотрудниками организации необходимо уделять внимание оценки их деятельности, так как она позволяет решать большое количество кадровых задач. К таким задачам можно отнести: отбор кандидата при приёме на работу; оценка эффективности деятельности работников; определение возможных направлений развития сотрудников; организация обучения и пр. [3].

Первым и самым важным этапом при проведении оценки персонала является выбор критериев, по которым и будет производиться оценка, в чем будут измеряться критерии. Необходимо, чтобы проводимая оценка была понятной и для всех её участников, логична и точна [4].

Ключевыми параметрами для оценки сотрудников, как уже было указано выше, являются критерии оценки. Существует множество разновидностей критериев, например:

- а) качественные (описательные);
- б) количественные (цифровые);

- с) объективные (стандарты, производительность труда);
- д) субъективные (критерии, по которым производится оценка экспертами).

В России зачастую под оценкой персонала понимают аттестацию, это традиционный метод оценки персонала, чаще всего её проводят для того, чтобы выявить, соответствует ли сотрудник требованиям занимаемой должности, при этом, аттестация имеет юридическую силу, что позволяет работодателю, после проведения аттестации уволить работника, в то время как оценка персонала такого права работодателю не даёт.

Влияние западных компаний, которые приходят на рынки России, позволило на примере увидеть, как правильно подобранная оценка персонала позволяет не только удерживать конкурирующую позицию на рынке, но и увеличивать прибыль организаций, улучшать их внутренний климат и повышать эффективность деятельности сотрудников. К сожалению, в большинстве Российских компаний новые методы оценки чаще всего носят формальный характер [3].

Рассмотрим систему оценки на примере организации, основной деятельностью которой является аффинажное производство. Преобладающей категорией персонала являются рабочие кадры, которые имеет прямое отношение к производству продукции предприятия. В данной организации, как и в большинстве предприятий, проводится аттестация персонала. Конкретно на этом предприятии она проводится раз в год и именуется индивидуальной сдачей экзамена.

Помимо аттестации, в организации проводятся различные виды инструктажа, например:

- а) инструкция на рабочем месте;
- б) соблюдение охраны труда и использования средств индивидуальной защиты;
- с) вводный инструктаж;
- д) первичный инструктаж;
- е) внеплановый инструктаж;
- ф) квартальный инструктаж;
- г) видео-инструктаж.

По методике анализа эффективности системы оценки персонала И.Г. Носыревой и Н.В. Балашовой она может рассматриваться по таким элементам системы оценки, как:

- а) субъект;
- б) объект;
- с) предмет;
- д) критерии;
- е) методы;
- ф) периодичность;
- г) процедура;
- h) интеграция с другими подсистемами управления персоналом [2].

Практическая значимость оценки эффективности системы оценки будет зависеть от того, насколько правильно подобраны показатели оценки эффективности системы оценки, важно полностью учитывать особенности деятельности компании [2].

Используя эту методику, были выявлены следующие проблемы в системе оценки исследуемого предприятия:

- а) отсутствие самой системы оценки персонала, из чего, впоследствии, невозможно выявить, каких сотрудников необходимо, например, направить на обучение или зачислить в кадровый резерв;
- б) отсутствие конкретной методики оценки персонала;
- с) отсутствие положения об оценке.

По результатам анализа системы оценки рабочих кадров предприятия было выявлено, что как таковой системы оценки рабочих кадров в организации нет. Поэтому, основными мероприятиями для совершенствования системы оценки на данном предприятии будут

являться: внедрение Положения об оценке рабочих кадров, внедрение созданной методики по оценке рабочих кадров, организация ресурсообеспечения процедуры оценки.

Рассчитан экономический эффект от внедрения предложенных мероприятий, составляющий 57 891 тыс. рублей. Экономическая эффективность равна 0,3 при сроке окупаемости проекта мероприятий в три года.

Социальная эффективность данного проекта заключается в таких положениях, как:

а) определение с помощью рабочей группы таких критериев оценки, которые позволят более объективно оценить деятельность рабочих кадров;

б) создание с помощью рабочей группы индивидуального метода оценки, который позволит учесть все нюансы в сфере деятельности организации;

в) возможность выявить благодаря выбранной методике недостатки в работе рабочих кадров, которые можно компенсировать дополнительным обучением;

д) возможность выявить достоинства рабочих кадров и впоследствии создать новые методы мотивации для сотрудников, показавших наилучший результат по результатам оценки, и мотивировать других работников стараться выполнять свои трудовые функции более качественно;

е) выявить потенциальных руководителей, которые на данный момент относятся к категории рабочего персонала, и предоставить им возможность продвижения по карьерной лестнице.

Таким образом, расчет социальной и экономической эффективности предложенных мероприятий по совершенствованию системы оценки рабочих кадров исследуемой организации показал ее значимость для улучшения результатов деятельности организации.

Литература и источники

1. CYBERLENINKA: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kache>
2. Анализ эффективности системы оценки персонала / И.Г. Носырева, Н.В. Балашова // ЭКОНОМИКА ТРУДА. – 2019. – №1. – С.439-451. – URL: <https://www.researchgate.net/publication/>
3. Бондаренко, А.К. Отечественный и зарубежный опыт оценки персонала / А.К. Бондаренко // Научно-практический электронный журнал Аллея Науки № 11(38) – URL: <https://clck.ru/344PmW> (дата обращения 05.04.2023). – Текст : электронный.
4. Гафурова, О.Ю. Качественные, количественные и комбинированные методы оценки персонала / О.Ю. Гафурова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>
5. Зайнетдинова, И. Ф. Оценка деятельности работников организации : учебно-методическое пособие / И. Ф. Зайнетдинова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016.— 120 с. – Текст. Изображение : электронные.
6. Competency-Based Approach To Internal Corporate Social Responsibility Implementation In Russian Railways / L. D. Yakimova, S. A. Yarkova, E. V. Melnikova, A. A. Malakhova // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS, Krasnoyarsk, 20–22 мая 2020 года / Krasnoyarsk Science and Technology City Hall. Vol. 90. – Krasnoyarsk: European Proceedings, 2020. – P. 612-618. – DOI 10.15405/epsbs.2020.10.03.70.
7. Кадровый потенциал инновационного развития региона: оценка потребности и современные технологии подготовки инженерно-технических кадров / Н. А. Анисимова, Ю. А. Безруких, З. А. Васильева [и др.]. – Красноярск : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева", 2019. – 188 с. – ISBN 978-5-86433-781-3.

Научный руководитель – доц., Якимова Л.Д., ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет путей сообщения», Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал

УДК 338(664+641.853)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ В ОТРАСЛИ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ И КОНСЕРВИРОВАНИЮ ФРУКТОВ И ОРЕХОВ

Савина Е.Д.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

s.ekaterina.19@yandex.ru

Аннотация. В статье проанализировано современное состояние предприятий пищевой промышленности, функционирующих в отрасли по переработке и консервированию фруктов и орехов, в динамике с 2018 по 2022 годы. Приведены средние потребительские цены на производимую продукцию по Российской Федерации и федеральным округам РФ, а также по регионам Сибирского Федерального округа, и, в частности, Кемеровской области-Кузбассу. Изучены перспективы и тенденции развития предприятий в анализируемой отрасли.

Ключевые слова: пищевая промышленность, переработка и консервирование фруктов и орехов, экономические показатели, средние потребительские цены, перспективы развития.

Пищевая перерабатывающая промышленность играет важную и значимую роль при решении проблемы круглогодичного обеспечения населения овощами, фруктами, орехами, ягодами, а также проблемы их хранения. Отрасль по переработке и консервированию фруктов и орехов привлекательна тем, что в настоящее время среднестатистическое потребление овощей, фруктов, орехов и ягод в Российской Федерации составляет 60 кг в год, что на 40% меньше, рекомендованной Минздравом РФ нормы потребления [1]. Также многие эксперты уверены, что выращивание с последующей переработкой более выгодно, чем только производство сырья; и есть смысл объединяться в кооперативы и создавать свои мини-перерабатывающие заводы. Согласно экспертным оценкам, чем больше урожая перерабатывается, тем выше уровень экономического благосостояния государства. В США переработка урожая достигает 50%, в Европе - 20%, в Белоруссии - 10%. В Российской Федерации переработка урожая колеблется от 20 до 25%. Для сравнения, в СССР перерабатывалось около 80% собранного урожая [2].

Современное состояние отрасли характеризуется ежегодным ростом выручки (рисунок 1).



Рисунок 1 – Выручка и чистая прибыль предприятий пищевой промышленности, функционирующих в отрасли по переработке и консервированию фруктов и орехов, за период с 2018 по 2022 годы

Источник: составлено автором по [3]

Так темп прироста выручки за 2022 год при базисном 2018 году составляет 56,3%. Такое увеличение выручки и резкий скачок в 2021 году на 54 000 млрд рублей обусловлен, во-первых, ростом цен на сырьё, вследствие чего повысилась и цена продукции, во-вторых, увеличением объёма продаж в результате повышения спроса на ЗОЖ-продукцию, которую стали особенно приобретать после пандемии для поддержания своего здоровья.

Чистая прибыль организаций рассматриваемой отрасли характеризуется же скачкообразной динамикой. Так, например, после спада в 2020 году на 4 000 млрд рублей наблюдается резкое увеличение значения чистой прибыли (темп прироста составляет 150%), что напрямую связано с ростом выручки ввиду повышения спроса на ЗОЖ-продукцию. В целом, за 5 лет темп прироста чистой прибыли составляет 85,7%.

По федеральным округам лидерами по значению чистой прибыли за 2022 год являются Уральский федеральный округ (УФО) со значением 2,4 трлн. руб., Приволжский федеральный округ (ПФО) и Северо-Западный федеральный округ (СЗФО). На четвёртом месте, уступая тройке лидеров, расположился Сибирский федеральный округ (СФО) (рисунок 2).

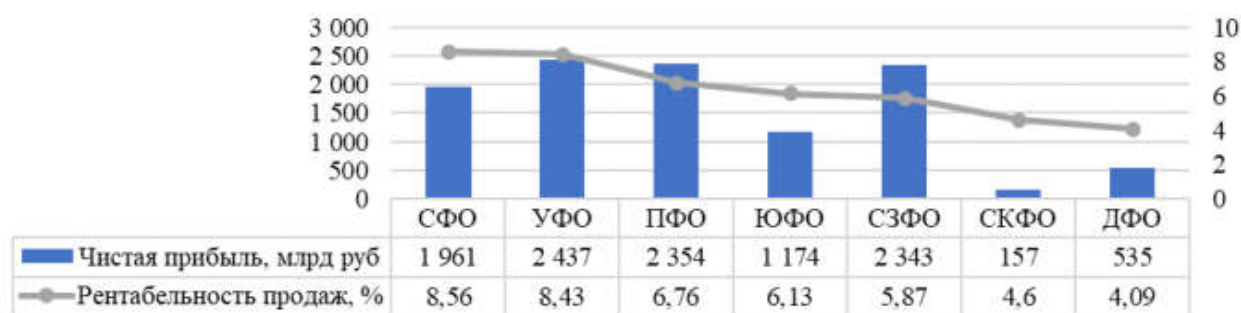


Рисунок 2 – Чистая прибыль и рентабельность продаж предприятий пищевой промышленности, функционирующих в отрасли по переработке и консервированию фруктов и орехов, за период с 2018 по 2022 годы по федеральным округам

Источник: составлено автором по [3]

На рисунке 2 также представлена рентабельность продаж за 2022 год, где первую позицию с наибольшей эффективностью продаж занимает Сибирский федеральный округ со значением 8,56%. В тройку лидеров также попали Уральский и Приволжский федеральные округа.

Средние цены предприятий рассматриваемой отрасли по РФ и федеральным округам в основном характеризуются спадом с 2018 по 2020 гг. и ростом с 2021 года (таблица 1).

Таблица 1 - Средние потребительские цены отрасли за период с 2018 по 2022 годы

Объект исследования	Средние потребительские цены, руб./кг					Темп роста, % 2022/2018
	2018	2019	2020	2021	2022	
Российская Федерация	316,57	312,69	312,38	403,64	490,46	154,93
Федеральные округа РФ						
Центральный ФО	392,08	384,94	399,57	489,08	601,91	153,52
Северо-Западный ФО	394,44	389,37	392,99	480,16	643,31	163,09
Южный ФО	309,49	317,06	314,31	368,47	472,31	152,61
Северо-Кавказский ФО	370,56	362,99	348,32	398,54	447,71	120,82
Приволжский ФО	236,32	228,55	242,93	332,47	420,67	178,01
Уральский ФО	280,71	298,65	316,69	399,37	501	178,48
Дальневосточный ФО	289,77	261,72	255,91	319,48	365,73	126,21
Сибирский ФО	220,32	227,59	237,27	322,27	417,06	189,30
Регионы Сибирского ФО						
Республика Алтай	278,78	221,04	231,51	338,77	391,27	140,35
Республика Тыва	177,84	176,11	187,47	253,02	332,15	186,77
Республика Хакасия	217,68	222,84	241,73	342,02	371,79	170,80
Алтайский край	231,32	237,38	226,06	309,33	374,49	161,89
Красноярский край	227,63	231,46	247,68	311,28	398,07	174,88
Иркутская область	201,42	205,56	209,08	302,92	417,16	207,11
Кемеровская область	191,81	201,82	217,12	322,48	386,8	201,66
Новосибирская область	315,77	339,72	359,34	430,06	589,67	186,74
Омская область	235,94	225,82	234,26	349,81	411,24	174,30
Томская область	235,09	214,94	239,23	279,57	396,73	168,76

Источник: составлено автором по [4]

Согласно таблице 1 СФО характеризуется ежегодным ростом цен и высоким темпом роста цен - 189%, показывающим, что цены выросли почти в 2 раза. Также виден резкий скачок цены в 2021 году на 36% и в 2022 году на 29%, когда потребительская цена стала равна 417 рублей. Среди регионов СФО наибольший темп роста зафиксирован в Кемеровской области и Иркутской области со значениями 202% и 207% соответственно. Наименьший темп роста иллюстрируется в Республике Алтай. Самая высокая цена в СФО на 2022 год зафиксирована в Новосибирской области, что обусловлено третьим городом РФ по численности населения. Данные по Кемеровской области показывают резкий скачок цен в 2021 году на 48% и в 2022 году на 20%, когда средняя потребительская цена стала составлять 387 рублей.

Современное состояние отрасли иллюстрирует её с перспективной стороны. Так одной из главных перспектив является технологическая платформа «Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК - продукты здорового питания», которая помимо привлечения дополнительных ресурсов активизирует усилия на создание новых продуктов.

Значимой перспективой является рост спроса на натуральную и органическую пищу. Население все больше стремится употреблять пищу, которая не содержит гормонов роста, пестицидов и синтетических добавок. Ввиду этого такие продукты, как органические ягоды, фрукты и овощи будут пользоваться большим спросом [5]. Также исследователи уверены, что перспективно производство дикоросов, популярность которых растет из года в год, но ниша на российском рынке практически не занята.

Эксперты BusinesStat отмечают, что основным драйвером роста рынка стал тренд на здоровое питание. Согласно международным маркетинговым агентствам, интерес к ЗОЖ-продукции будет расти на протяжении как минимум 10 ближайших лет. Уже сейчас 58%

российских покупателей, по данным исследования GfK, следуют правилам ЗОЖ при покупке товаров повседневного спроса. А в соответствии с опросом ВЦИОМа, 59% россиян не только следят за своим питанием, но и употребляют здоровую пищу [6].

Второй тренд - убыстрение образа жизни, потребители предпочитают продукцию в формате ready to go (быстрого перекуса или снека).

Таким образом, перспективы и тенденции развития отрасли по переработке и консервированию фруктов и орехов, популярность которой растет из года в год, довольно таки привлекательны для предприятий, производящих продукцию, соответствующую концепции здорового питания, формату ready to go и в составе которой нет сахара и каких-либо добавок.

Литература и источники

1. Бабаева, Е. Потенциальная емкость рынка фруктов и ягод в РФ почти на 70% выше текущего показателя / Е. Бабаева. - Текст : электронный // ТАСС : электронный журнал. - 2023. - URL: <https://interagro.info/news/smi-o-nas/tass-potentsialnaya-emkost-rynka-fruktoy-i-yagod-v-rf-pochti-na-70-vyshe-tekushchego-pokazatelya/>

2. Стольников, А. Рынок переработки фруктов и овощей: текущее положение и тенденции развития / А. Стольников. - Текст : электронный // Земля и Жизнь : электронный журнал. - 2022. - URL: <https://interagro.info/news/smi-o-nas/zemlya-i-zhizn-rynok-pererabotki-fruktoy-i-ovoshchey-tekushchee-polozhenie-i-tendentsii-razvitiya/>

3. Анализ и прогнозирование отраслей и рынков ЗДПРОИНФО : официальный сайт. – Москва. – URL: <https://3dpro.info/> (дата обращения: 06.04.2024).

4. Единая межведомственная информационно – статистическая система (ЕМИСС) : официальный сайт. – Москва. – URL: <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения: 06.04.2024).

5. Богомолов, Ю. Товары, пользующиеся спросом в 2024 / Ю. Богомолов. - Текст : электронный // Coordobromir - современные технологии: электронный журнал. - 2023. - URL: <https://coordobromir.ru/faq/tovary-polzuyushhiesya-sprosom-v-2024-godu>

6. Мелешко, Н. Здоровое питание: что происходит с рынком полезных снеков и как на него выйти / Н. Мелешко. - Текст : электронный // RB.RU : электронный журнал. – 2020. - URL: <https://rb.ru/opinion/healthy-snacks/>

Научный руководитель – канд. техн. наук, доц. Подзорова Г.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 338.2

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА МАЛЫХ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Секачева Т.В., Пашаева С.П.

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»,

Себряковский филиал

pashaevasamaya03@gmail.com, ocenka91@yandex.ru

***Аннотация.** Современный этап развития экономики характеризуется динамичными изменениями условий ведения бизнеса, поэтому решающим фактором успешного функционирования становится инновационная активность предпринимательских субъектов. Ведь именно разработка и освоение инновационных технологий, позволяет предпринимателям не только производить новые виды продукции более высокого качества, но и снижать свои затраты.*

Ключевые слова: *предпринимательство, малое предприятие, инновации, инновационная деятельность, инновационный менеджмент.*

Малый бизнес представляет собой основополагающий элемент национальной экономики многих развитых государств. В данной сфере творческие личности, обладающие различными способностями, опытом и стимулами, могут в полной мере реализовать имеющийся потенциал. Это способствует эффективному развитию инновационной деятельности малых предпринимательских субъектов, которые под воздействием совокупности внешних и внутренних факторов разрабатывают и внедряют на рынок новые продукты и услуги [4].

Актуальность проблематики данной научно-исследовательской работы заключается в том, что ключевым фактором успешного функционирования и роста малых компаний в условиях конкурентного рынка является непрерывное стремление не только к применению передовых технологий, но и к разработке собственных инновационных решений, продуктов и услуг, для чего требуется организация эффективной системы управления инновациями. При этом осуществление инновационной деятельности способствует развитию малых предприятий, путем расширения существующих и захвата новых рыночных сегментов.

Интенсивный рост конкуренции, стремительный технический прогресс, приводящий к устареванию имеющихся производственных решений организации, обуславливают необходимость совершенствования системы менеджмента и активизации инновационной деятельности малого бизнеса. Разработка эффективной инновационной стратегии, позволяющей оптимизировать производственные процессы, а также создать положительную репутацию предпринимательского субъекта в глазах потребителей, является важнейшим инструментом его успешного функционирования.

В качестве инноваций выступают новаторские идеи, внедряемые на рынок с целью получения коммерческой выгоды, а также удовлетворения выявленных потребностей целевой аудитории. Поэтому необходимо уделять особое внимание инновационному менеджменту и особенностям организации инновационной деятельности на предприятии. Инновационный процесс, результатом которого является создание нового для потребителя товара или услуги, включает в себя такие составляющие, как планирование, организация, мотивация и контроль инновационной деятельности предпринимательского субъекта [2]. Внедрение инновационного менеджмента в малый бизнес способствует оптимизации механизма функционирования предприятия, а также расширению его возможностей.

Существует несколько этапов процесса организации инновационного менеджмента в малом бизнесе (Рисунок 1).

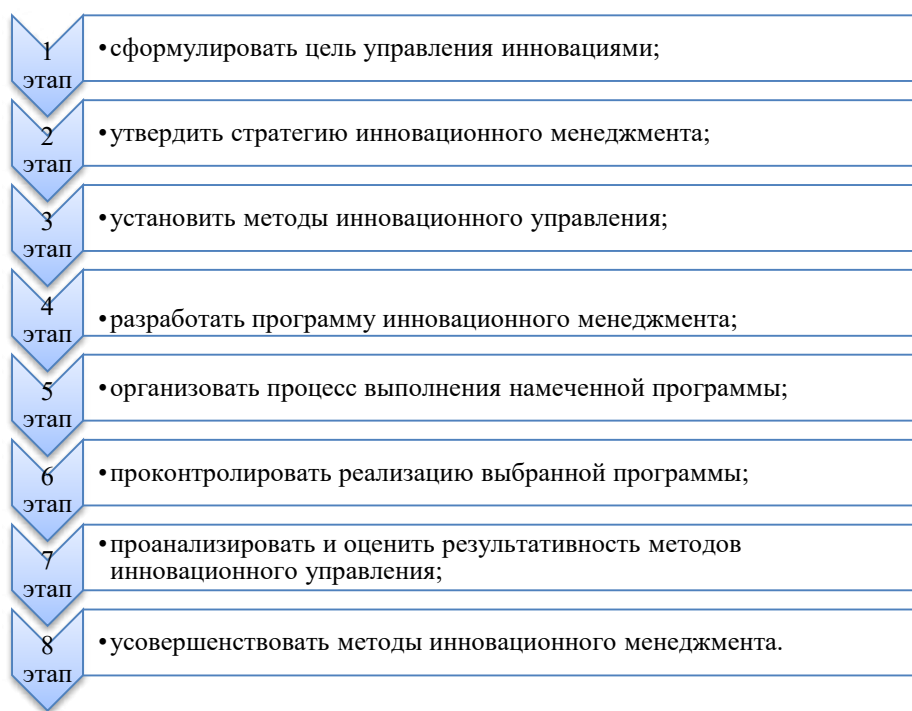


Рисунок 1 – Этапы процесса организации инновационного менеджмента в малом бизнесе

Многие субъекты малого предпринимательства самостоятельно реализуют на рынке разработанные инновационные продукты и услуги. Однако применение ими стратегии кооперации и партнерства позволяет максимизировать эффективность и результативность инновационной деятельности.

Ключевым фактором эффективности инновационной деятельности малого бизнеса является способность компании совмещать разработку, реализацию и контроль над инновационными проектами с формированием благоприятных внутренних и внешних условий для их развития. Данные факторы включают в себя кадровую стратегию, информационную поддержку и коммуникацию, финансовую стабильность, лидерские качества и поведение топ-менеджеров, а также организационную структуру.

При этом, в процессе осуществления инновационных разработок перед субъектами малого предпринимательства возникают две основные трудноразрешимые задачи:

- 1) осуществление бизнес-плана инновационного проекта и привлечение инвестиций;
- 2) регламентация прав интеллектуальной собственности [1].

В настоящее время для малых предприятий, осуществляющих инновационную деятельность, существуют не только эффективные меры государственной и информационно-консультационной поддержки, но и стимулирующие налоговые и иные преференции. В течение последних нескольких лет наблюдается активное распространение модели государственно-частного партнерства, предполагающей распределение инновационных рисков между всеми субъектами деятельности: малый предпринимательский субъект, государство, крупный бизнес.

Ключевым направлением современной экономической стратегии России должно стать стимулирование роста и развития инновационных малых предприятий, специализирующихся на высоких технологиях, а также венчурного инвестирования [5]. Такой подход способствует как наращиванию научно-технологического потенциала государства, так и укреплению его позиций на международном уровне, формированию могущественной и прогрессирующей России.

Ограниченность ресурсов и масштабов малого бизнеса, ориентирует бизнес на рациональное их использование, а наличие хозяйственного риска диктует особенности

экономического и управленческого механизмов инновационного процесса. Особенностью первого механизма развития инновационного потенциала предпринимательского субъекта является планирование. В основе этого процесса лежит предпринимательская идея, которая находит воплощение в бизнес-планировании. Перечислим основные преимущества планирования предпринимательской деятельности (Рисунок 2):

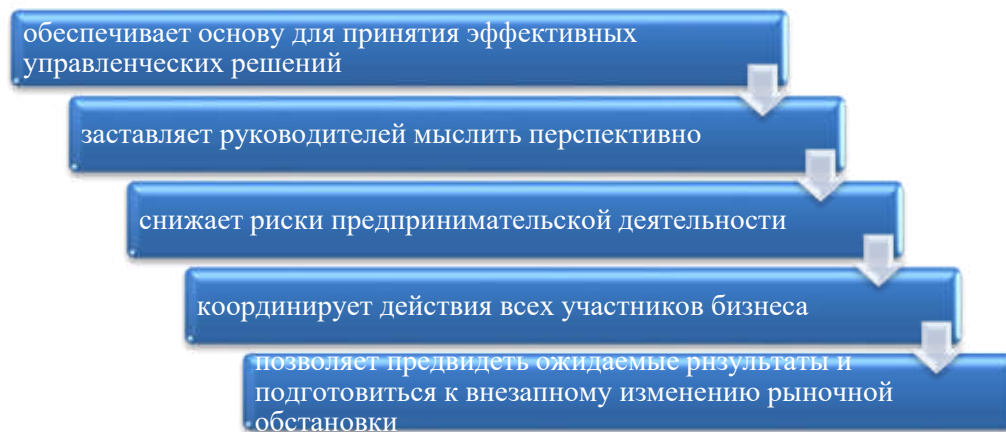


Рисунок 2 – Преимущества планирования предпринимательской деятельности [3]

Следующим механизмом является организация как моделирование жизненного цикла инноваций, включающая координацию всех производственных процессов. В этом случае организационные и трансформационные изменения стратегии бизнеса связаны, прежде всего, с выходом на новые рынки сбыта.

Стратегические изменения и контроль процесса изменений, связанных с реализацией инновационных проектов ориентированы на улучшение бизнес-процессов и повышение инновационной активности предприятия малого бизнеса. Кроме того, контроллинг позволяет оценить экономическую целесообразность понесенных затрат предпринимательского субъекта, а также позволяет быстро принимать решения при отклонении показателей от запланированных значений.

Мотивационный механизм занимает центральное место в предпринимательской деятельности, спецификой которого является креативно-инновационный подход, стремление к производству новых товаров и услуг.

Применение совокупности данных механизмов направлено на эффективное развитие инновационной деятельности малых предприятий, главной особенностью которой является ориентация структуры производства на быстро меняющиеся потребности целевой аудитории. Следовательно, клиентоориентированность российского малого бизнеса способствует его вовлеченности в инновационную деятельность и формированию эффективной системы управления инновациями.

Литература и источники

1. Белый, Е. М. Основы малого инновационного бизнеса / Е. М. Белый, Е. В. Рожкова. – М.: КНОРУС, 2022. – 206 с.
2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк. – М.: Юрайт, 2019. – 468 с.
3. Карпушова, С.Е. Бизнес-планирование как инструмент стратегического управления предпринимательскими субъектами / С. Е. Карпушова, Т. В. Секачева, О. А. Суркова, О. Б. Токарева. – В.: Волгоградский государственный технический университет, 2022. – 68 с.
4. Карпушова, С.Е., Секачева Т. В., Пашаева С. П. Региональные особенности развития малого предпринимательства / С. Е. Карпушова, Т. В. Секачева, С. П. Пашаева. – К.: Вопросы региональной экономики. – 2023. – № 4. – С. 68-79.

5. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. – М.: Юрайт, 2024. –326 с.

УДК 338.242

BI-СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Смирнягина Е.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
Smirnyagina.lizochka@mail.ru

Аннотация. BI-система – это современный продукт для бизнес-аналитики, который в виде таблиц, графиков и схем представляют информацию, полученную в ходе обработки большого массива данных, что позволяет выявить проблемы и возможные направления развития бизнеса. Использование BI-систем даёт компании ряд преимуществ, которые позволяют принимать обоснованные управленческие решения за счет увеличения эффективности контроля над ключевыми показателями, роста скорости получения информации. Для управленца важно обладать актуальной информацией, а BI-системы обеспечивают её доступность для сотрудников с удаленной формой или разъездным характером работы. BI-системы позволяют сформировать дашборд, то есть главное окно программы, под каждого пользователя в зависимости от типа информации к которой есть доступ и которая необходима для работы данного пользователя. Одними из популярных BI-систем являются PowerBI и Apache Superset. Выбор конкретного инструмента зависит от потребностей компании, бюджета и необходимо количества функций и уровней настройки.

Ключевые слова: Business Intelligence, BI-система, бизнес-аналитика, PowerBI, Apache Superset.

В настоящее время активно изучается и набирает популярность использование BI-систем (Business Intelligence), которые позволяют обеспечить быстрый доступ к данным в компаниях разных отраслей.

В литературе под термином «Business Intelligence» подразумевается «бизнес-аналитика» и «интеллектуальный анализ данных».

BI-система – это современный продукт для бизнес-аналитики. BI-системы используют как эффективный инструмент для сбора, хранения и обработки данных с разных источников для последующего представления их в наглядном виде [1]. Данные системы в виде таблиц, графиков и схем представляют информацию, полученную в ходе обработки большого массива данных, что позволяет выявить проблемы и возможные направления развития бизнеса. Такая информационная поддержка, которую обеспечивают современные BI-системы, даёт преимущества при принятии управленческих решений.

К преимуществам использования BI-систем можно отнести рост скорости получения информации для специалистов разных отделов, а также её доступности для сотрудников с удаленной формой или разъездным характером работы, так как существует возможность просмотра отчетов с разных устройств, в том числе и телефонов. Также важным преимуществом является повышение эффективности контроля над ключевыми показателями, а, следовательно, и эффективности принимаемых решений за счет возможности прогнозировать на основе полученных данных и осуществлять планирование. BI-системы позволяют существенно экономить время на аналитику [2].

BI-системы подходят для средних и крупных компаний, так как позволяют обрабатывать большие массивы данных из большого количества разных источников. Система может

работать с любой разрозненной информацией, которую можно представить в виде баз данных, как из внутренних, так и из внешних источников.

К BI-системе может быть подключено много пользователей. Для разных пользователей может быть настроен разный доступ к информации. Также под каждого пользователя существует возможность сформировать дашборд в зависимости от типа информации к которой есть доступ и которая необходима для работы данного пользователя [3]. Дашборд – это главное окно программы, на котором визуализированы данные посредством графиков, таблиц и диаграмм.

Одними из популярных BI-систем являются PowerBI и Apache Superset. У каждого из этих инструментов визуализации и бизнес-аналитики есть как плюсы, так и минусы. PowerBI – это платный инструмент, имеющий большой набор возможностей визуализации и уровней настройки (например, создание кастомных визуализаций) [4]. Apache Superset же можно использовать бесплатно и изменять согласно потребностям конкретной организации, но количество параметров визуализации ограничено. PowerBI более прост в использовании и обладает более интуитивно понятным интерфейсом. На Microsoft learn можно найти официальный курс по работе с данным инструментом, а также существует большое комьюнити пользователей данного продукта. Что касается обучения Apache Superset, то здесь также можно найти большое количество информации в сети Интернет, но большая часть статей и книг на английском языке. Также для работы в Apache Superset важно знание такого языка программирования как SQL. PowerBI и Apache Superset имеют отличия в поддержке мобильных устройств. Если PowerBI имеет мобильное приложение и возможность отображения отчетов на мобильном устройстве без влияния на вид макета рабочего стола, то Apache Superset не имеет мобильного приложения, но существует возможность просматривать отчеты через браузер с адаптацией под экран устройства, а настройки рабочего стола необходимо изначально подбирать подходящими для мобильных устройств. Также важным отличием является более широкий спектр баз данных, с которыми может работать инструмент, у PowerBI по сравнению с Apache Superset [5]. Какому инструменту, PowerBI и Apache Superset, отдать предпочтение зависит от бюджета, а также целей компании.

Business Intelligence системы являются перспективным инструментом и способны существенно улучшить работу компании, а также обеспечить взвешенность и обоснованность принимаемых управленцами решений.

Литература и источники

1. «Виссия, Х. Э. Принятие решений в информационном обществе: учебное пособие / Х. Э. Виссия, В. В. Краснопрошин, А. Н. Вальвачев. – Санкт-Петербург: Лань, 2022. – 228 с. – ISBN 978-5-8114-3747-4. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/206723> (дата обращения: 29.04.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей.» (Виссия, Х. Э. Принятие решений в информационном обществе: учебное пособие / Х. Э. Виссия, В. В. Краснопрошин, А. Н. Вальвачев. – Санкт-Петербург: Лань, 2022. – ISBN 978-5-8114-3747-4. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/206723> (дата обращения: 29.04.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – С. 142.).
2. Цуканова О.А. Сущность и роль BI-систем в современной экономике / О. А. Цуканова, А. А. Ярская // Экономика и экологический менеджмент. – 2021. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-rol-bi-sistem-v-sovremennoy-ekonomike> (дата обращения: 28.04.2024).
3. Савина, А.Г. Технология BUSINESS INTELLIGENCE как инструмент анализа больших данных и поддержки принятия управленческих решений / А. Г. Савина, Л. И. Малявкина // Форпост науки. – 2021. – № 1. – С. 85-92. – ISSN 2076-5347. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL:

<https://e.lanbook.com/journal/issue/347933> (дата обращения: 29.04.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Официальный сайт Power BI [Электронный ресурс] URL: <https://powerbi.microsoft.com/ruru/industry/manufacturing/> (Дата обращения 30.04.2024).

5. Официальный сайт Apache Superset [Электронный ресурс] URL: <https://superset-bi.ru/> (Дата обращения 30.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Грязнова Н.Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 005

ОПТИМИЗАЦИЯ И РЕИНЖИНИРИНГ: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Солодуха Д.В.

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
dvs79@tpu.ru

Аннотация. Проведен анализ теоретических работ о подходах к совершенствованию бизнес-процессов, в частности, об оптимизации и реинжиниринге. Показано, что эти подходы играют ключевую роль в повышении эффективности и конкурентоспособности организаций в современной динамичной бизнес-среде. Обсуждаются основные принципы и методы применения оптимизации и реинжиниринга.

Ключевые слова: оптимизация, реинжиниринг, бизнес-процесс, цифровая экономика.

Введение

Существует множество подходов к улучшению бизнес-процессов, но два из них особенно выделяются: оптимизация и реинжиниринг. Оптимизация и реинжиниринг представляют собой два ключевых подхода к улучшению бизнес-процессов, имеющие важное значение для современных организаций. Они способствуют повышению эффективности операций, снижению издержек и улучшению качества продукции или услуг. Таким образом, изучение и применение этих подходов становится необходимым шагом для организаций, стремящихся к устойчивому развитию и достижению успеха в быстро изменяющейся бизнес-среде.

Методы исследования

В исследовании применен метод сравнительного анализа, с помощью которого выявлены специфика и основные различия оптимизации и реинжиниринга.

Результаты

Рассматривая содержание понятий «оптимизация и реинжиниринг», следует отметить, что оптимизация направлена на тонкую настройку текущих процессов с целью повышения эффективности, в то время как реинжиниринг стремится к радикальным изменениям и устранению организационных препятствий. При этом, исследователи, такие как Майкл Хаммер и Джеймс Чампи [1], подчеркивают, что реинжиниринг способен существенно снизить затраты и повысить качество бизнес-процессов.

Проанализировав работы: [2, 3, 4, 5, 6, 7] можно выделить три основных различия между реинжинирингом и оптимизацией:

1. Характер изменений:

- Оптимизация: направлена на улучшение текущей структуры и процессов организации. Оптимизация обычно включает в себя мелкие, инкрементальные изменения,

направленные на повышение эффективности, сокращение времени или затрат в рамках существующей системы.

- Реинжиниринг: стремится к созданию значительных и часто радикальных изменений в бизнес-процессах. Реинжиниринг включает переосмысление и реформатирование процессов с нуля, с учетом современных технологий, требований рынка и стратегических целей организации.

2. Методы применения:

- Оптимизация: в основном рассматривается как превентивный метод, который применяется систематически, даже если нет непосредственных проблем. Оптимизация может быть частью ежедневных операций и стратегии бизнеса.

- Реинжиниринг: в основном используется в ответ на конкретные проблемы или для предотвращения кризисных ситуаций. Реинжиниринг требует более крупномасштабных усилий и изменений, и чаще всего становится предметом специальных проектов.

3. Временные рамки и охват:

- Оптимизация: рассматривается как текущий ремонт или техническое обслуживание, которое может принести быстрые результаты. Оптимизация обычно ограничена во времени и может быть завершена относительно быстро.

- Реинжиниринг: больше фокусируется на глубоких изменениях в организационных операциях и может потребовать значительного времени для реализации. Реинжиниринг часто требует пересмотра культуры компании, структуры управления и бизнес-моделей.

Выявленные и структурированные различия в понимании процессов оптимизации и реинжиниринга позволяют более эффективно выбирать подход к повышению производительности бизнес-процессов в зависимости от конкретных целей, влияния внешних и внутренних факторов, и условий деятельности организации.

Заключение

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что оптимизация представляет собой более мягкий и инкрементальный подход, который может быть эффективен для улучшения текущих процессов и повышения их эффективности в краткосрочной перспективе. С другой стороны, реинжиниринг оправдан тогда, когда требуется кардинальное изменение структуры и функционирования бизнес-процессов, особенно в условиях серьезных экономических кризисов или рыночной дестабилизации. Однако каждый из этих подходов имеет свои сильные и слабые стороны, и для успешного их применения выбор необходимо основывать на конкретных потребностях, целях, внешних и внутренних факторов влияния на организацию.

Литература и источники

1. Майкл Хаммер. Реинжиниринг корпорации : манифест революции в бизнесе : перевод с английского / Майкл Хаммер, Джеймс Чампи ; [пер. Ю. Корнилович]. - [3-е изд.]. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 274 с.

2. Мустафин, Р. Реинжиниринг бизнес-процессов / Р. Ф. Мустафин, И. М. Логинова, Р. И. Эшлиоглу // Научные исследования молодых ученых. – 2022. – С. 219-223.

3. Перепелкин, А.И. Бизнес-процесс как основной элемент управления предприятием / А. И. Перепелкин, Д. А. Перепелкин, Н. П. Сигаева, Ю. С. Власова // Информатика и прикладная математика: межвузовский сборник научных трудов. – 2010. – №. 16. – С. 104-106.

4. Земсков, А. Е. Условия и факторы оптимизации бизнес-процессов / А. Е. Земсков // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2014. – №. 3. – С. 46-48.

5. Замега, Э. Н. Оптимизация бизнес-процессов на предприятиях в современных условиях / Э. Н. Замега, М. О. Дубачев // Экономика и предпринимательство. – 2020. – №. 9. – С. 878-881.

6. Вечерская, С. Е. Оптимизация и реинжиниринг / С. Е. Вечерская, К. А. Гаврюшова // Вестник Российского нового университета. Серия: Сложные системы: модели, анализ и

управление. – 2016. – №. 4. – С. 34-38.

7. Савина, С. В. Проблемы оптимизации бизнес-процессов в эпоху цифровизации / С. В. Савина // Самоуправление. – 2021. – №. 1. – С. 423-425.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Клемашева Е.И., Национальный исследовательский Томский политехнический университет

УДК 005.32

ВЛИЯНИЕ ИНОСТРАННЫХ КУЛЬТУР НА РОССИЙСКИЕ КРУПНЫЕ ПРИГРАНИЧНЫЕ ГОРОДА: ВНЕДРЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ПРАКТИКУ РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Сорокина А.П., Ларионов А.А., Комарова В.Г.

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы
1132227752@pfur.ru, aeng.alar@yandex.ru, 1132227754@pfur.ru

***Аннотация.** В статье рассмотрена идея внедрения элементов корпоративной культуры зарубежных стран в российские организации в приграничных городах. Указывается, что применение концепций корпоративной культуры зарубежных стран, граничащих с территорией России, может оказать положительное влияние на развитие партнерских отношений между российскими и зарубежными организациями. Приводятся примеры наиболее успешных аспектов китайской корпоративной культуры, которые могут быть также эффективны в российских компаниях.*

***Ключевые слова:** корпоративная культура, инструмент управления, культурные ценности, общекультурные различия, глобализация, интеграция культуры, международное сотрудничество, китайская корпоративная культура.*

Корпоративная культура является важной частью компании, стремящейся к успеху на рынке или желающей сохранить его. Составляющими корпоративной культуры являются миссия, ценности, символика, стратегические цели, этика, трудовой распорядок, мотивационная структура и другое [1]. Правильное планирование, внедрение и поддержание корпоративной культуры позволяет добиться наилучшей эффективности в управлении персоналом, позволяя повысить не только эффективность самого труда работников, но и качество управления всеми звеньями организации. Для выполнения данной задачи важно, верно, транслировать ценности и идеи компании людям, работающим в ней, чтобы цели компании не только разделялись, но и поддерживались работниками. Согласно модели организационной культуры Э. Шейна, именно убеждения работников лежат в основе корпоративной культуры, составляют её базу [2].



Рисунок 1 – Уровни организационной культуры по Э. Шейну

Нередко в процессе создания эффективной корпоративной культуры возникает проблема в виде общекультурных различий и недопониманий: так ценности и традиции одного народа могут быть неприменимы к другому, некоторые приемы создания корпоративной культуры, разработанные в определенной стране, встретят негативный отклик среди работников другой. Справедливо и обратное утверждение: в силу географической близости и регулярного культурного обмена между странами, имеющими общую границу, одни и те же элементы корпоративной культуры могут быть одинаково положительно восприняты как сотрудниками из одной, так и из другой страны.

В современном мире в связи с проходящими процессами глобализации и интеграции разных культур также становятся теснее и рабочие отношения, они выходят на новый уровень. Таким образом, происходит обмен в области управления, кадрового менеджмента. Россия - страна с обширной территорией, граничащая с несколькими странами одновременно; так, на основе крупных городов, находящихся рядом с границей, лучше всего можно наблюдать процесс общекультурного обмена среди населения: г. Санкт-Петербурга - с Финляндией, г. Владивостока - с Китаем, г. Мурманска - с Норвегией. Отсюда можно сделать вывод, что и в деловой среде возможен успешный обмен, наиболее эффективные зарубежные приемы из области построения корпоративной культуры могут быть внедрены в российские компании в данных городах из ближайших стран, и наоборот.

В качестве примера был взят опыт специалиста по работе с иностранными поставщиками Алисы Райвовны Аадель и в ходе интервью выделены некоторые аспекты из китайской корпоративной культуры, которые могли бы быть успешно применены в некоторых российских компаниях:

1) Четкое соблюдение своих обязанностей, выполнение именно той части работы, которая поручена, без попыток передать ее коллегам. В российских фирмах зачастую нет четко соблюдаемого разделения задач между коллегами.

2) Единение, сильный корпоративный дух, высокая вовлеченность, ощущение своей значимости на работе. В российских компаниях этому уделяется меньше внимания, чем в китайских.

3) Восприятие компании как семьи (часто менять работу не принято, упрощается вопрос адаптации работника в новом коллективе). Данный аспект крайне редко встречается в российских фирмах и мало изучен российским менеджментом.

Таким образом, внедрение подобных культурных особенностей, которые руководители перенимают из опыта своих иностранных коллег, может стать одним из главных факторов эффективного руководства организацией, а также не менее значимым аспектом для успешной реализации партнерских отношений с граничащими зарубежными компаниями.

Литература и источники

1. Schein E. H. Organizational culture and leadership / E. H. Schein with P. Schein. – 5th ed. – Hoboken, NJ : Wiley, [2017]. – 89 с.
2. Персикова, Т. Н. Корпоративная культура : учебник : [16+] / Т. Н. Персикова. – Москва : Логос, 2011. – 288 с. – (Новая университетская библиотека). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233786> (дата обращения: 05.04.2024). – ISBN 978-5-98704-467-4. – Текст : электронный.

Научный руководитель – старший преподаватель Шишова Л.В., Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

УДК 330.59

ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОНИКИ

Тарасенко А.Ю.

Белорусский национальный технический университет

Tarasenkoau1917@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается трансформация процесса потребления в современном обществе, фокусируясь на его интенсификации и экстенсификации. Раскрываются ключевые аспекты интенсификации потребления в контексте цифровой экономики и рынка электроники. Также подчёркиваются социально-значимые аспекты потребления, такие как экологические проблемы и проблемы обеспечения безопасности жизнедеятельности. Делается вывод о значительном влиянии интенсификации потребления на поведение потребителя в современных реалиях.

Ключевые слова: трансформация потребления, интенсификация, экстенсификация, цифровая экономика, качество потребления, рынок электроники, доступность технологий.

Сегодня развитие цифровой экономики в немалой степени сконцентрировано на интенсификации потребления, а вместе с тем и росте экономической эффективности, основанном на ней. В ходе своего развития общество пришло к трансформации процесса потребления в его объёмах, структуре, а также в направлениях его развития. Эта трансформация представляет собой системные изменения, которые выражены преобразованием потребительского спроса, моделей потребления, увеличением объёмов потребления и реорганизации всего процесса. Как итог, в обществе формируются устойчивые тенденции и стереотипы системного характера [1, С. 205].

Преобразование потребления может проходить по пути интенсификации, либо экстенсификации. Эти два пути достижения изменения объёмов потребления имеют принципиальные отличия. При экстенсификации во главе угла ставится количественный рост приобретаемых населением товаров и услуг. Основными его принципами можно считать рост числа производителей и потребителей на рынке, расширение спектра товаров и услуг и глобализация рынка в целом.

При интенсификации же осуществляется качественное улучшение самих благ и услуг, а также процесса их приобретения, что достигается за счёт оптимизации и рационального использования ограниченных ресурсов. Интенсификация является одним из важнейших направлений развития национальной экономики. Без неё добиться ускорения темпов развития и социально-экономической эффективности страны с последующим повышением уровня жизни населения не представляется возможным, так как интенсификация выступает в

роли материально-технической базы. В основе интенсивного развития лежит научно-технический процесс. Проявления интенсификации наблюдаются в усложнении механизма принятия потребителем решений, в изменении критериев рациональности потребителя и в увеличении роли информационных каналов, влияющих на конечный выбор потребителя, что в конечном итоге должно приводить к увеличению объёмов потребления. В информационной экономике интенсификация потребления подразумевает в первую очередь то, что рост качества потребления будет опережать рост потребления над затратами на него.

Качество потребления, в свою очередь, представляет собой совокупность особенностей, условий и свойств потребления. Оно предполагает, что у потребителей уже определены параметры удовлетворённости всего многообразия их потребностей, что ведёт и изменению их поведения. Основными характеристиками качества потребления принято считать структуру и потребительские свойства самих товаров и услуг, скорость удовлетворения потребностей, сокращение расходов на потребление и изменения физического, психического или эмоционального состояния потребителя.

Интенсификация потребления, которой характеризуется современное общество, несомненно сказывается на большинстве рынков. Ярким примером может служить современный рынок электроники, ведь он на данный момент является одним из крупнейших рынков промышленной продукции в мире. Средний темп роста именно этой отрасли промышленности значительно превышает темпы роста общего промышленного производства, и современные тенденции влияют на неё особенно сильно.

Сильное воздействие на развитие рынка электроники оказывает растущее влияние рынка потребительской электроники на отрасль в целом. Сейчас более половины мирового рынка электронного оборудования приходится на потребительскую электронику, и это соотношение растёт с каждым годом благодаря тому, что электроника всё больше проникает во все сферы жизнедеятельности человека. При этом требования к потребительской электронике заметно отличаются от требований к промышленной. Естественно, требования обычного потребителя будут значительно ниже, следовательно, и удовлетворить их проще. Создавая продукт потребительского назначения производителю, не приходится тратить ресурсы на то, чтобы подстроиться под определённого потребителя, как того требует промышленная электроника. А это значит, что новые технологии, используемые в современной электронной аппаратуре, разрабатываются в первую очередь для массового потребителя.

С каждым годом также повышается и доступность технологий для массового потребителя. Ещё не так давно мобильный телефон был для человека предметом роскоши, который позволить себе мог далеко не каждый. Сегодня же будет непросто найти, среди обычных прохожих, человека без телефона в кармане. В добавок, с повышением доступности интернета среди населения потребитель заимел доступ к огромному количеству информации, в том числе и о товарах и услугах. Это даёт потребителю возможность выбрать наиболее подходящие ему блага, делая его поведение более рациональным. Производителям же доступно более гибкое взаимодействие с потребителем, благодаря чему они имеют возможность оперативно перестроить своё производство под нужды клиентов. Имея неограниченный доступ к спектру всевозможных товаров, любой человек сегодня может заказать и получить что угодно и откуда угодно. Однако из-за широкой распространённости информации о товарах и о постоянном обновлении их ассортимента, зачастую происходит так, что моральный износ начинает опережать физический. В таком случае потребитель покупает новое благо, не из-за того, что старое перестало выполнять требуемые от него функции, а из-за того, что оно попросту «устарело».

Вместе с ростом благосостояния населения в обществе всё острее встают социально-значимые вопросы, такие как вопрос экологических проблем, проблемы, иссекаемой природных ресурсов или вопрос безопасности жизнедеятельности общества, что также является сильным стимулом для технологического прогресса. Для решения проблем

экологии повышаются экологические требования к новым технологиям, что, в свою очередь, является стимулом для разработки новых, более совершенных технологических процессов, чтобы сберечь природные ресурсы внедряются технологии энергосбережения, а в целях обеспечения безопасности вводятся новые продвинутое системы.

В целом мы можем судить о том, что интенсификация потребления в современных реалиях оказывает значительное влияние на поведения потребителя. Сегодняшний потребитель коренным образом отличается наличием больших возможностей в плане доступности, способа получения и выбора товаров и услуг. Это очень явно прослеживается на примере рынка электроники, который в наши дни развивается донельзя быстро, при этом оставаясь относительно доступным для массового потребителя.

Литература и источники

1. Трансформация процесса потребления в условиях цифровой экономики / И. В. Петрученя, З. А. Васильева / Наука и бизнес. – 2019. – № 11(101). – 312 с.

Научный руководитель – аспирант, преподаватель Лебедева К.О., Белорусский национальный технический университет

УДК 333

РАЗВИТИЕ СТРАТЕГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Тараторкин В.В., Кирилюк С.Е.

ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»
miladosk@gmail.com

Аннотация. В статье обоснована актуальность и определена сущность стратегического управления человеческими ресурсами, уточнена роль директора по персоналу в условиях современных вызовов, выявлены тенденции в развитии системы управления человеческими ресурсами, обобщены результаты исследований консалтинговых компаний о приоритетных направлениях персонал-менеджмента в условиях цифровой трансформации и изменений, происходящих на рынке труда.

Ключевые слова: человеческие ресурсы, стратегическое управление, директор по персоналу, цифровая трансформация, развитие, обучение.

На протяжении нескольких десятилетий неуклонно возрастает роль управления персоналом в системе высшего и линейного руководства организаций. В течение 2023 и 2024 годов данная тенденция сохраняется, директора по персоналу, руководители подразделений в системе управления человеческими ресурсами активно вовлекаются в процесс разработки и реализации стратегических планов и осуществления изменений в организациях.

Преимница консалтинговой компании McKinsey в России, ООО «Яков и партнеры» назвала 2023 год «годом прорыва в области генеративного искусственного интеллекта». Руководство компании отметило, что прошлый год также был временем, когда многие компании искренне боролись с долгосрочными последствиями перевода сотрудников на дистанционный и гибридный режимы работы, предоставления гибкого графика исполнения трудовых обязанностей. Органы управления рабочей силой существовали еще с периода возникновения государств Древнего мира, когда нужно было решать вопросы обеспечения крупного строительства работниками, формирования резервов продовольствия, одежды,

орудий труда. В настоящее время в системе управления персоналом присутствует концентрация усилий на реализации ключевых функций по управлению сотрудниками (подбор, оценка, адаптация, обучение, оплата труда, управление высвобождением, пр.) Многие российские и зарубежные компании, например, Яндекс, Google внедряют адресный, индивидуальный подход к распределению льгот между занятыми [1; 3].

Руководители системы управления персоналом, в настоящее время уделяют больше внимания улучшению психического и физического благополучия человеческих ресурсов, обеспечению определенного баланса между работой и личной жизнью, что непосредственно влияет на профессионализм и результаты трудовой деятельности. В последние годы директора по персоналу могут совмещать работу топ-менеджера в нескольких компаниях, участвуют в принятии стратегических управленческих решений по кадрам, обладают большим влиянием и полномочиями, чем ранее. Постоянно увеличивающийся функционал и властные полномочия обусловил рост требований и усложнил рекрутинговые процедуры на топовые и линейные управленческие позиции в сфере HR. Указанные изменения персоналоманеджмента оказали воздействие на самих HR-руководителей, заставляя их идти в ногу с происходящими изменениями в данной сфере.

В современных условиях хозяйствования директора по персоналу в российских компаниях должны отличаться высокоэффективным мышлением, раскрывать свои лучшие качества и отдавать максимум сил работе, если хотят добиться высокой продуктивности и вовлеченности от сотрудников. Используя инновации, внедряя в процессы управления человеческими ресурсами технологии, основанные на генеративном искусственном интеллекте, следует сохранять достигнутый уровень внимания и заботы о сотрудниках. Топ-менеджерам в сфере управления человеческими ресурсами следует уделять особое внимание ключевым тенденциям, сложившимся в сфере HR-менеджмента.

Один из лучших способов оставаться в авангарде – это проактивная позиция HR руководителей по выявлению новых тенденций до или во время их появления для скорейшей адаптации и эффективного использования в компании. Ряд тенденций в сфере управления человеческими ресурсами представлены ниже.

Особая роль HR-руководителя в цифровой трансформации, которая является в текущем году еще более актуальной, чем ранее. Цифровизация бизнес-процессов предполагает управления качественными изменениями в компетенциях сотрудников через переподготовку и повышение квалификации, организацию и контроль данного процесса со стороны руководства кадровыми подразделениями.

Применение генеративного искусственного интеллекта и нейросетей в подборе персонала. Технологии генеративного искусственного интеллекта и нейросети в настоящее время могут использоваться практически на всех стадиях процесса формирования кадрового состава (для создания описания должностей, составления и анализа заявок на подбор персонала, составления резюме, характеристик, поиска и скрининга резюме, анализа больших данных о состоянии рынка труда, оптимизации процедуры адаптации, проведения собеседований, ассессментов, опросов кандидатов и сотрудников, пр.) Отрицательной стороной является использование претендентами искусственного интеллекта, нейросетей для подготовки сопроводительных писем, резюме, эссе, материалов для участия в оценочных процедурах. В результате рекрутеры получают недостоверную информацию об участниках конкурсного отбора, их профессиональных компетенциях.

Влияние искусственного интеллекта на моральный дух работников. Используя цифровые технологии и генеративный искусственный интеллект можно в десятки раз быстрее, чем живая рабочая сила, выполнять различные (в первую очередь рутинные) кадровые операции, что приводит к высвобождению части персонала. Только за один месяц 2023 года использование искусственного интеллекта и автоматизированных технологий позволило заменить более 4000 рабочих мест в компаниях по всему миру. Психологическая поддержка необходима не только высвобождающимся работникам, но и остающимся в

организациях, чувствующим тревогу, неуверенность в завтрашнем дне, недостаточно мотивированным к производительному труду. По оценкам McKinsey, к 2030 году искусственный интеллект сможет поглощать до 30% рабочего времени, к тому времени может произойти до 12 миллионов профессиональных переходов.

Беспрецедентная важность повышения квалификации и переобучения. Один из лучших способов борьбы с высокой тревожностью и неуверенностью сотрудников, создаваемыми инновационными технологиями, – это формирование уверенности на основе развития цифровых компетенций, чтобы использовать искусственный интеллект, нейросети, компьютерные технологии для результативной работы в компании, достижения личных и организационных целей.

Растущее внимание к здоровью и благополучию. Современные HR-руководители должны создать систему заботы о с здоровье и благополучии своих сотрудников, что особенно важно для молодых работников. Это объясняется в том числе и тем, что сравнительно недавно завершилась пандемия, широко распространены депрессия и тревога среди работников, смертность от передозировки наркотиков, сердечно-сосудистых заболеваний и пр. По результатам опросов, поколение Z указывает в качестве приоритетных поддержание здоровья, самосовершенствование или служебно-профессиональное продвижение.

Акцент на разнообразии, справедливости и инклюзивности уже несколько лет находится в центре внимания HR. Недавно указанный перечень факторов был расширен и включает «принадлежность к коллективу компании».

Внимание к принимаемым политическим решениям, касающимся социально-трудовых отношений.

Российские работодатели в последние два года из-за нехватки кадров и низкой безработицы в качестве ключевого принципа «эталонного» сотрудника указывают способность к многозадачности [2; 5]. Согласно данным HeadHunter, количество вакансий, где требуется полифункциональность, в настоящее время выросло на 181%. Если компании не могут найти таких сотрудников на внешнем рынке труда, они стараются расширить направления деятельности и ответственность уже имеющихся сотрудников, осуществив, так называемый, "тихий найм". В этом случае необходимо развитие hard- и soft- skills у персонала, что позволит провести ротации и перераспределить обязанности между работниками, чтобы избежать дополнительного набора.

По результатам проведенного опроса, 55% руководителей отечественных компаний в качестве главного приоритета 2024 года указали подготовку, переподготовку, повышение квалификации персонала, а 44% планируют увеличить бюджет на указанные мероприятия и использовать инновационные методы и инструменты для оценки и обучения работников. Одним из таких инструментов является аппаратно-программный комплекс «Поток», платформа «Обучение», которая позволяет быстро определить недостающие знания и навыки сотрудников с помощью мульти уровневых тестов и запустить персонализированные курсы обучения [4]. Автоматизированная информационная система подготовки работников на протяжении всей трудовой жизни обеспечивает развитие профессиональных компетенций в соответствии с изменениями конъюнктуры рынка труда, приверженность, планомерное служебно-профессиональное продвижение сотрудников и устойчивое развитие компании в условиях кадрового голода.

Литература и источники

1. Верещагина, Л. С. Маркетинговый инструментарий корпоративной культуры транспортно-логистического бизнеса / Л. С. Верещагина, И. М. Кублин, Л. А. Ольхова, А. А. Воронова // Экономика устойчивого развития. – 2022. – № 2 (50). – С. 44-48.

2. Верещагина, Л. С. Цифровизация механизма управления человеческими ресурсами в интегрированных корпоративных образованиях / Л. С. Верещагина, Л. А. Ольхова // Проблемы рыночной экономики. – 2020. – С. 107.
3. Кибанов, А. Я. Управление персоналом: учебник / А. Я. Кибанов, Л. В. Ивановская, Е. А. Митрофанова. – Москва : РИОР, 2023. – 288 с.
4. Квасников, В. 5 главных HR-трендов на 2024 год // <https://potok.io/blog/hr-trends/hr-trends-in-russia-2024/>
5. Vereschagina L.S., Olkhova L.A., Kozyreva O.N., Padalka E.A., Nelyubina E.G. THE USE OF NEW TRAINING FORMS AND METHODS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION // В сборнике: Journal of Physics: Conference Series. Krasnoyarsk Science and Technology City Hall. Krasnoyarsk, Russian Federation, 2020. – С. 12138.

Научный руководитель – д-р. экон. наук, проф. Верещагина Л.С., ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

УДК 331

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ КАК ФАКТОР ВЫБОРА МЕСТА РАБОТЫ ВЫПУСКНИКА ВУЗА

Ушалова Д.И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

vinedana@mail.ru

Аннотация. В 21 веке многие молодые специалисты не предполагают, что нужно делать после окончания университета, чтобы повысить свой уровень дохода. Можно предположить, что для определения своего выбора студенту можно обратить своё внимание на динамику развития отраслей.

Ключевые слова: производительность труда, Россия, Кузбасс, студенты, специалисты, отрасль.

Специалисты карьерной платформы «Changellenge» провели опрос среди студентов российских вузов (39 вузов), чтобы выяснить, какие у них карьерные предпочтения. Опрос проходил с октября по декабрь 2022-го года. В выборке представлены студенты с первого по шестой курсы, учащиеся магистратуры и недавние выпускники. Специалисты выявили ТОП-10 самых привлекательных сфер среди студентов: информационные технологии-49%; банки-36%; искусство, культура и развлечения-29%; образование-27%; консалтинг-27%; инвестиции и инвестиционный банкинг-21%; нефтегазовая промышленность-21%; кинопроизводство-19%; туризм и ресторанный бизнес-17%; телекоммуникации и связь-17%; государственная служба-15% [1].

В лидерах антирейтинга оказались такие сферы, как сельское хозяйство, страхование, легкая промышленность, юридические услуги. В этих сферах почти никто работать не хочет [1].

При написании статьи в качестве объекта были взяты три отрасли в России и в Кузбассе: добыча полезных ископаемых; обрабатывающие производства; торговля оптовая и розничная, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов. Данные отрасли позволяют получить представление о состоянии экономики и перспективах развития.

Для отраслей в данном исследовании выбраны три показателя: индекс производительности труда, среднегодовая численность занятых по отраслям, средняя номинальная заработная плата по отраслям.

Проблемой является тот факт, что молодые специалисты не предполагают, что нужно делать для увеличения своего уровня дохода.

Актуальность заключается в том, что начинающие специалисты после окончания вуза ожидают высокую заработную плату и быстрый карьерный рост, при этом не прикладывая никаких усилий. При негативных результатах, специалисты уходят с первоначального места работы в надежде, что в организации с другой направленностью отрасли смогут получить положительные результаты.

Цель работы заключается в выявлении отраслей, которые в последние годы наиболее динамично развивались и потенциально могут быть привлекательными для новых выпускников вузов.

В данной работе использовались такие методы и инструменты, как визуализация, статистический анализ данных, сравнение.

Характеристика эмпирических данных: статистические данные, представленных Росстатом, Кемеровостатом, ЕМИССом за период с 2018-2023 года.

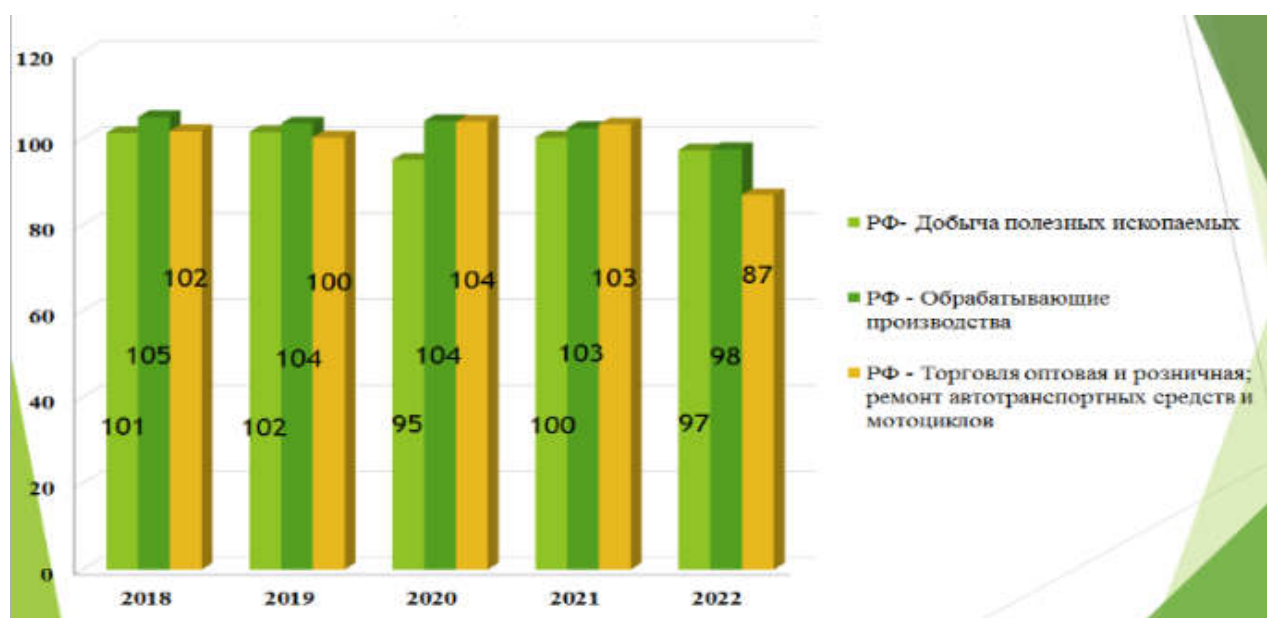


Рисунок 1 – Индекс производительности труда по отраслям в России с 2018-2022 года
Источник: [2]

На рисунке 1 виден спад производительности труда в Российской Федерации в 2022 году, в большем объеме выделяется спад в сферах «торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов». Однако, «обрабатывающие производства» и «добыча полезных ископаемых» находятся практически на одном уровне и не имеют сильного спада по сравнению с другими годами. Это может свидетельствовать о похожих организационных структурах, о эффективной работе сотрудников на данных отраслях.

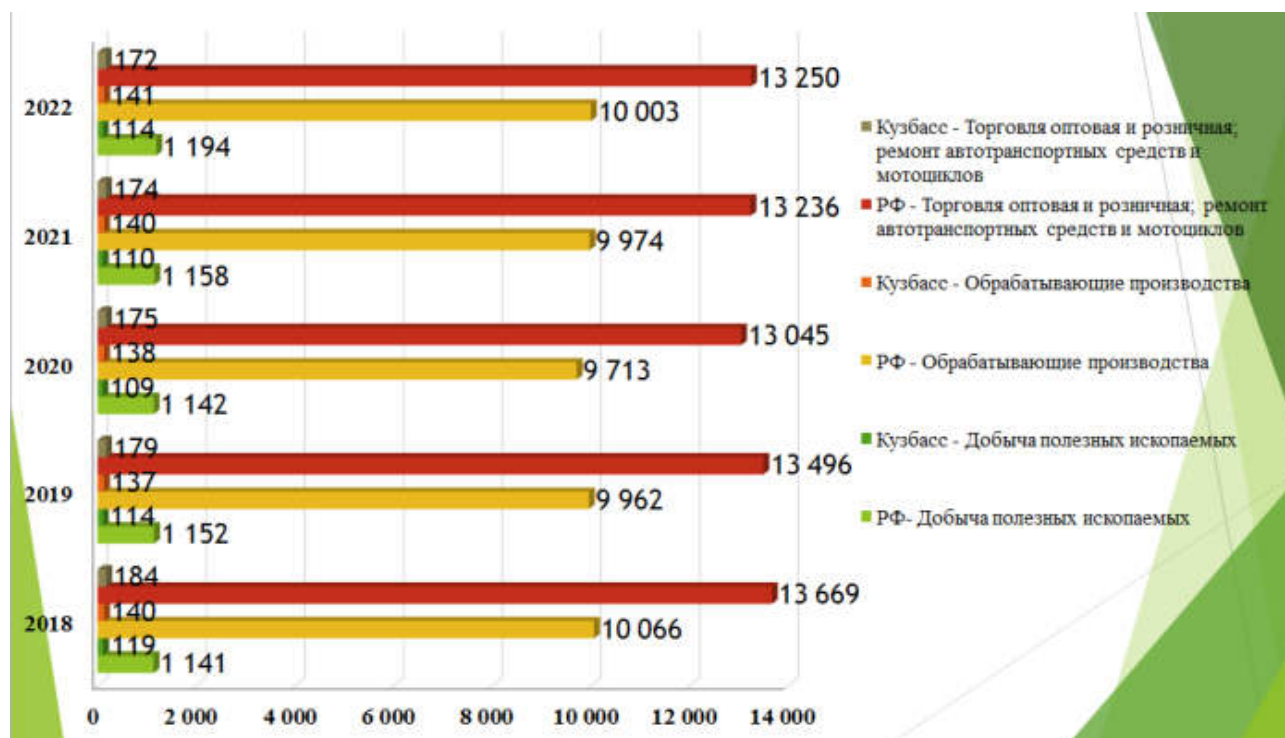


Рисунок 2 – Среднегодовая численность занятых по отраслям в России и в Кузбассе 2018-2022 года
Источник: [3]

Для сравнения, возьмём второй показатель – среднегодовая численность занятых по отраслям (Рисунок 2). На данном рисунке показан рост занятых с 2018 года по 2022 год по всем отраслям, как в Российской Федерации, так и в Кузбассе, кроме отрасли «торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов» в Кузбассе, где присутствует постоянный спад занятых. Это может говорить о оттоке сотрудников и возможной оптимизации рабочего процесса на данной отрасли. Последний показатель, на который обращают чаще всего молодые специалисты, только окончившие вуз – среднемесячная номинальная начисленная заработная плата (Рисунок 3). На данном рисунке можно наблюдать постоянный рост заработной платы, как по Российской Федерации, так и по отдельно взятой Кемеровской области. Больше всего выделяется заработная плата на отрасли «добыча полезных ископаемых», что традиционно отличает эту отрасль.

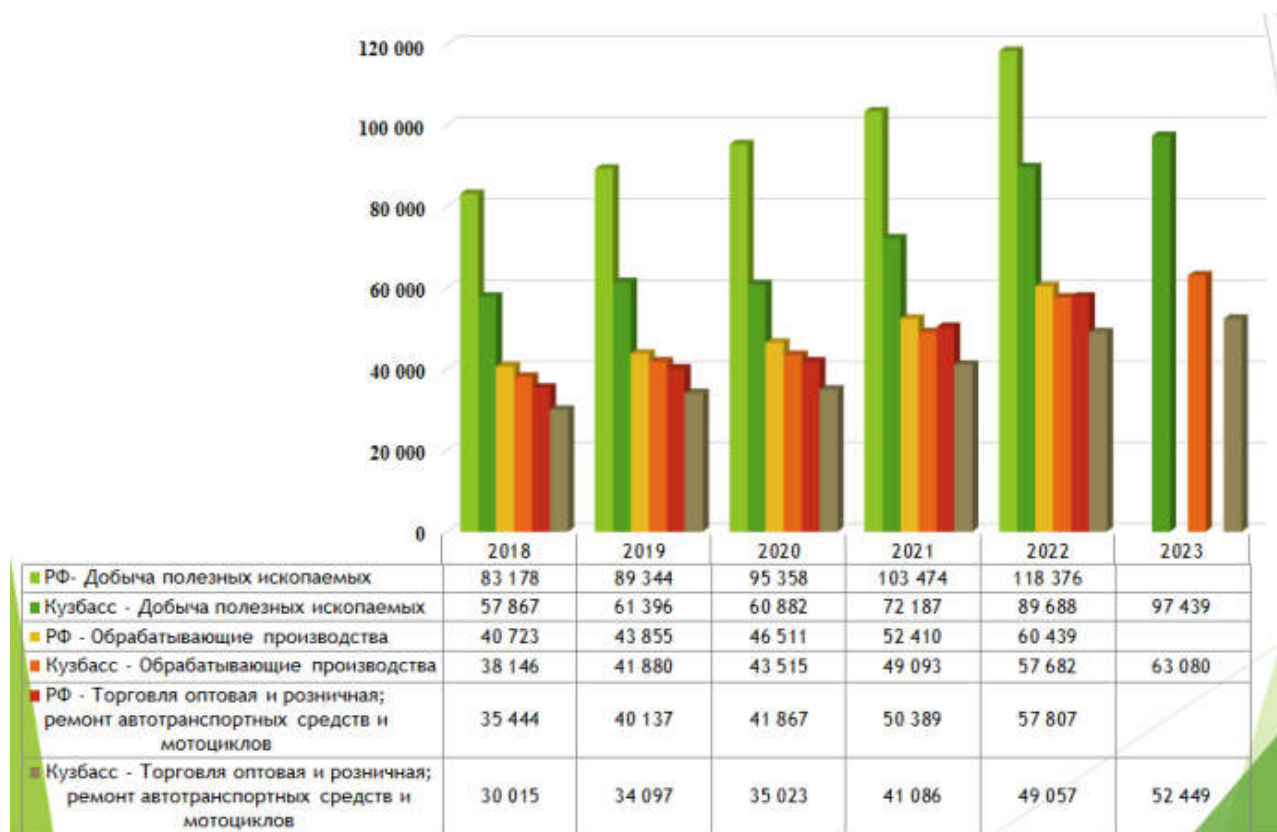


Рисунок 3 – Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата по отраслям в России и в Кузбассе с 2018-2022 года

Источник: [4]

В результате данной работы можно выделить динамику развития отраслей с указанием на ключевые показатели, на которые необходимо обратить внимание будущим специалистам при поиске работы, чтобы проявить свои способности и продвигаться по карьерной лестнице.

Заключение

Проведенный анализ данных показал, что «добыча полезных ископаемых», «обрабатывающие производства» и «торговля оптовая и розничная, включая ремонт автотранспортных средств и мотоциклов», могут заинтересовать молодых специалистов для работы на начальных этапах после окончания университета. Индекс производительности труда, среднегодовая численность занятых и средняя номинальная заработная плата по отраслям позволяют оценить состояние и перспективы развития каждой из них.

Учитывая текущий спад производительности труда в ряде отраслей, важно обратить внимание на те, которые демонстрируют стабильность и рост в будущем для студента. Отрасли с постоянным ростом занятых и заработной платы могут представлять интерес для выпускников вузов, желающих найти перспективное место работы.

Таким образом, исследование предлагает привлекательные отрасли для молодых специалистов, показывая данные и анализ, необходимые для принятия осознанного решения о дальнейшем профессиональном пути. Важно учитывать динамику развития отраслей и выбирать те, которые могут обеспечить стабильный рост и развитие карьеры.

Литература и источники

1. Наиболее привлекательные отрасли по версии 7 000 самых сильных и мотивированных российских студентов (опрос проходил с октября по декабрь 2022-го года) // Changellenge URL: <https://changellenge.com/tpage/bca-2022-results/> (дата обращения 22.04.2024).
2. Индекс производительности труда // ЕМИСС URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/59141> (дата обращения: 22.04.2024).
3. Среднегодовая численность занятых в экономике (расчеты на основе интеграции данных) с 2017 г. // ЕМИСС URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/58994> (дата обращения: 22.04.2024).
4. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата на одного работника по полному кругу организаций по 2016 г. // ЕМИСС URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/33433> (дата обращения: 22.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Бельчик Т.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 316.354

ЭФФЕКТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАРЬЕРЫ МЕНЕДЖЕРА

Ханова Н.С.

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
nsh6@tpu.ru

***Аннотация.** В статье представлены основные тезисы для эффективного планирования карьеры менеджера на предприятии. Рассмотрены этапы планирования карьеры, в рамках которых происходит сравнение потенциальных возможностей, целей человека с требованиями и планами развития организации. Подчеркивается важность самоанализа сотрудника, основанного на понимании своих компетенций и ценностных ориентаций.*

***Ключевые слова:** карьера, карьерное планирование, развитие организации, карьерный рост, стратегия, менеджер.*

В современных условиях развития общества, многие компании сталкиваются с острой конкуренцией, что требует постоянного анализа деятельности и оценки внутренней корпоративной культуры. Одним из ключевых моментов, способствующих тому, чтобы компания оказалась успешной на рынке и выделилась среди конкурентов, является грамотная организация системы управления, в рамках которой, особое внимание следует уделить управлению человеческими ресурсами.

Успех компании зачастую зависит от продуктивности работников, их удовлетворенности условиями труда и заработной платой, готовности сотрудников рекомендовать компанию. Многие организации стремятся выстроить стратегические планы развития, акцентируя внимание на развитии необходимых компетенций у сотрудников, предоставлении возможностей карьерного развития, а также на удержании квалифицированных специалистов через применение различных инструментов мотивации.

Для того, чтобы эффективно планировать развитие своего персонала, каждой из компаний важно определить, что именно они вкладывают в термин «карьера». В современной литературе, существует большое разнообразие подходов к определению; каждый из авторов предлагает свое видение и интерпретацию. Однако, при анализе всех

интерпретаций термина, четко прослеживается его процессная сущность, то есть понимание карьеры как процесса продвижения, смены состояния, динамики [1].

Любое планирование карьеры, в свою очередь, складывается из сочетания личных интересов работника и интересов предприятия. В то время, как одни из интересов могут быть гибкими, постоянно претерпевать видоизменения и в зависимости от различных факторов; другие остаются неизменными на протяжении всего карьерного пути сотрудника. Развитие карьеры определяется выбором профессиональной деятельности, использованием внутренних (знания, опыт), и внешних (финансы, отношение социума) ресурсов. Таким образом, можно сформулировать **первый тезис**: *индивидуализация пути карьерного продвижения человека представляет собой комплексный процесс, который требует внутренней мотивации, постоянного улучшения и повышения образовательной и профессиональной базы знаний. Важно согласовывать усилия работника с целями и стратегией развития организации для обеспечения соответствия согласованности как интересов работника, так и организации в вопросе карьерного развития.*

Заинтересованными сторонами в развитии карьеры должны быть и сам сотрудник, и организация. Причем планирование карьеры является ключевым элементом работы с персоналом, основной целью выступает разработка стратегии по развитию карьеры своих сотрудников. Через оценку потенциала, компетенций и целей сотрудников. Одним из инструментов, позволяющих осуществлять этот процесс является разработка индивидуальных программ развития персонала. Отсюда вытекает **второй тезис**: *планирование карьеры менеджеров с точки зрения организации определяет возможности сотрудников для продвижения внутри компании, обеспечивая удовлетворение потребностей в кадрах через использование внутренних ресурсов. Грамотное управление карьерным ростом способствует удержанию ключевых специалистов и формированию стабильной, компетентной рабочей команды, что важно для долгосрочного успеха предприятия.*

Планирование карьеры менеджеров представляет собой сложный и многогранный процесс, включающий в себя не только анализ профессиональных желаний и возможностей сотрудников, но и учёт текущих и будущих потребностей организации. Включает в себя определение целей и задач, разработку планов действий, оценку результатов и корректировку стратегий развития в соответствии с достигнутыми успехами и изменяющимися внешними условиями. Успешное карьерное планирование не только способствует долгосрочной мотивации и росту уровня вовлечённости сотрудников, но также обеспечивает необходимые кадры для реализации стратегических целей компании.

Эффективное карьерное планирование поощряет сотрудников стремиться к самореализации, помогает компании строить устойчивую и высоко профессиональную команду, способствует повышению уровня сервиса и конкурентоспособности предприятия.

Для успешного планирования карьеры сотрудника с множественным выбором возможностей рекомендуется пройти через следующие шаги (рисунок 1).

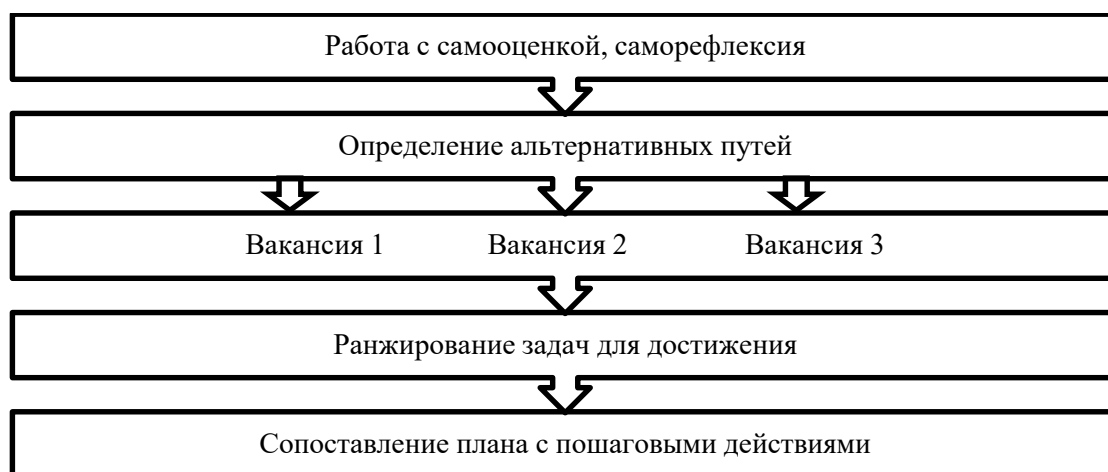


Рисунок 1 – Алгоритм планирования карьеры менеджера

Первый и ключевой этап в стратегии планирования карьеры сотрудника заключается в проведении самооценки. Не каждый человек способен объективно оценить свои личностные черты и деловые качества, а также просчитать возможности для своего профессионального роста [2]. Саморефлексию лучше проводить со специалистом, который поможет сотруднику определить свои способности, цели и проч. Она должна учитывать основные характеристики человека, важные для построения его карьерного пути; разнообразие навыков, предшествующий опыт работы, а также личностные особенности.

Второй этап заключается в определении возможных вариантов карьерного роста. На этом этапе анализируются внешние факторы, такие как состояние рынка труда, тенденции развития, требования к должностям, нормативно-правовые аспекты и прочее.

Третий этап – упорядочивание задач, которые должны быть выполнены, с учётом возможностей, способностей и потенциала конкретного сотрудника. Здесь происходит анализ накопленного опыта, сформировавшаяся система ценностей сотрудника, изучение и корректировка личных целей, а также структурирование полученных данных сотрудника.

Четвертый этап нацелен на формирование пошаговой схемы реализации действий сотрудника при продвижении по карьерной лестнице. После определения всех предшествующих этапов происходит расширение, детализация и согласование конкретных задач [3]. То есть осуществляется процесс разработки практических возможностей для реализации результатов, которые были получены при построении карьерного плана – составление резюме, формирование портфолио, перечень подготовленных вакансий – все это эти действия формируют индивидуальную стратегию профессионального роста.

На основе анализа можно выделить **третий тезис**: *индивидуальная стратегия развития карьеры эффективна в случае гармоничного сочетания нескольких важных факторов, включая, самооценку менеджера, требования рынка труда, уровень опыта и условия, которые были созданы в организации.*

Заключение. Обобщая выделенные тезисы в ходе исследования, можно выделить главную идею – управление карьерой в значительной степени опирается на собственные стремления и умения сотрудника. При грамотной стратегии развития карьеры менеджер не только достигает профессионального роста, но и вносит значительный вклад в развитие организации, что благоприятно сказывается на ее репутации.

Литература и источники

1. Альбитер, Л. М. Исследование факторов карьерного развития менеджера / Л. М. Альбитер, Н. Н. Сатонина // Вестник Самарского государственного университета. – 2023. С. 15-19.

2. Утешев, Р. С. Планирование карьеры как инструмент профессионального развития менеджера / Р. С. Утешев, В. Н. Черепанова, Н. В. Суворова // Сетевое издание: Современные проблемы науки и образования. – 2022. – С. 45-51.

3. Дуброва, Л. И. Система управления персоналом: тенденции развития и проблемы формирования в современных условиях / Л. И. Дуброва, Н. П. Маслова // Современные аспекты формирования инновационной экономики и менеджмента. – 2023. – С.113-123.

4. Плакса, Ю. В. Основные аспекты эффективного карьерного развития / Ю. В. Плакса // Сетевой научный журнал. – 2020. – С. 201-209.

5. Худякова, Т. В. Технологии управления карьерным и профессиональным развитием руководителя организации / Т. Л. Худякова, Р. Р. Гасанова // Вестник КемГУ. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2022. – С 50-59.

Научный руководитель – д-р экон. наук, проф. Никулина И.Е., Национальный исследовательский Томский политехнический университет

УДК-338

ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Хохлов С.П.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

skhokhlow@yandex.ru

***Аннотация.** Цифровизация охватывает все отрасли и где-то она происходит быстрее. Основными показателям в этом вопросе являются бизнес-процессы и обработка больших данных. Их цифровизация наиболее активно происходит последние годы, что и дает наибольший эффект. Цифровизация неравномерна из-за разной степени применимости технологий в отдельных отраслях. В статье представлены данные об этих отраслях и соответствующих им технологиях.*

***Ключевые слова:** цифровизация, тенденции, российские компании, цифровые технологии.*

Цифровые технологии способны обеспечить рост эффективности различных видов деятельности: от частного малого бизнеса до целых отраслей экономики. Процесс цифровизации запущен по всему миру, какие-то отрасли и компании преуспевают в этом, а какие-то отстают.

Актуальность темы заключается в необходимости мониторинга тенденций цифровизации для своевременного обнаружения возможностей развития компаний и угроз неэффективных расходов на неудачные цифровые технологии. Данная тема соответствует одной из задач магистерского исследования автора, которая сформулирована как: «изучение практик внедрения цифровых технологий в отечественных компаниях».

Для определения тенденций цифровизации следует выделить показатели, по которым можно справедливо оценивать цифровизацию различных компаний. Согласно исследованию консалтинговой компании в области цифровой трансформации KMDA, проведенном в 2020 году, большинство респондентов считает, что цифровизация бизнес-процессов является наиболее приоритетным показателем (рисунок 1). Половина компаний также значительно выделили управление на основе данных и управление клиентским опытом.



Рисунок 1 – Приоритеты направлений цифровой трансформации российских компаний (по мнению респондентов), %

Источник: [1, с. 18].

Под цифровизацией бизнес-процессов исследователи понимают применение цифровых технологий для их автоматизации, в целях роста эффективности и управляемости всей цепочки операционной деятельности компании [1, с. 26]. Также авторы отмечают, что на 2020 год средний уровень цифровизации бизнес-процессов по всем отраслям в России составил 54%. Это говорит о том, что отечественные компании заинтересованы в преимуществах цифровизации, готовы к внедрению цифровых технологий и инструментов, и это дает возможность предположить о наличии тенденции к наращиванию числа этих технологий в различных областях деятельности среди всех компаний.

Стоит отметить, что показатель «цифровая культура и компетенции» на 2020 год является весьма недооцененным, так как вместе с приходом в организацию новых цифровых технологий, всегда следует иметь соответствующие цифровые навыки и компетенции. Кроме того, сам процесс поиска и внедрения эффективных цифровых технологий существенно ускоряется и упрощается за счет развития цифровой культуры в организации.

Цифровизация компаний в каждой конкретной отрасли имеет свои особенности. Это связано с тем, что не все виды цифровых технологий имеют высокую применимость в некоторых областях. Так, например, в 2022 году аддитивные технологии – проще говоря, технологии трехмерной печати на основе цифровой модели, получили наибольшую применимость в сфере высшего образования. Доля высших учебных заведений, применяющих эту технологию от общего числа, составила 19,2%. Это почти в 4 раза больше, чем у обрабатывающей промышленности, занимающей второе место среди всех отраслей и в 8 раз больше средней по отрасли [2, с. 59].

Таким образом, применение конкретных цифровых технологий среди отраслей значительно неравномерно. Поэтому при оценке степени цифровизации компании стоит учитывать данный фактор, не сильно сравнивая компании из разных отраслей. Однако, для понимания тенденций цифровизации компаний в целом, следует выделить лидирующие и отстающие отрасли. Для этого было автором была разработана таблица на основе данных статистических сборников ВШЭ «Цифровая экономика» за последние три года.

Предложенные цифровые технологий были сгруппированы в три отдельных секции:

1. Технологии обработки данных и аналитики, включающий технологии сбора, обработки и анализа данных; цифровые платформы.
2. Технологии связи и хранения данных, включающие облачные сервисы; геоинформационные системы; интернет вещей; RFID-технологии.

3. Инновационные технологии и автоматизация, куда входят технологии искусственного интеллекта; промышленные работы и автоматизированные линии.

Данные по каждой группе усреднены и представлены в динамике трех лет по отраслям (таблица 1).

Таблица 1 – Доля групп цифровых технологий по отраслям в России с 2020-2022гг.

	Технологии обработки данных и аналитики			Технологии связи и хранения данных			Инновационные технологии и автоматизация		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
ВСЕГО	19,8	20,3	22,7	15,6	17,7	15,4	4,9	5,1	4,6
Сельское хозяйство	13,7	16,6	16,4	12,9	15,4	15,6	3,2	4,1	4,8
Добыча полезных ископаемых	17,5	17,9	18,1	16,6	18,5	16,7	3,4	2,9	3,5
Обрабатывающая промышленность	21,3	22,2	23,6	18,1	15,5	19,2	10,4	11,5	12,3
Обеспечение энергией	20,2	19,3	19,3	17,3	13,2	17,9	2,7	2,9	3,2
Водоснабжение, водоотведение, утилизация отходов	16,4	18,3	17,7	13,8	21,2	15,7	2,4	3,0	4,0
Строительство	12,6	14,7	14,5	9,9	13,5	11,7	1,4	1,7	2,6
Оптовая и розничная торговля	28,1	28,5	42,7	24,7	19,1	22,3	12,5	12,8	9,1
Транспортировка и хранение	17,9	18,1	21,5	15,4	13,3	16,2	3,6	4,1	3,4
Гостиницы и общественное питание	22,3	23,7	22,1	17,5	12,9	15,2	7,1	6,0	4,1
Информация и связь	25,9	27,1	31,3	18,8	19,8	18,8	4,6	5,7	5,9
Отрасль информационных технологий	26,9	28,3	34,0	18,0	19,2	17,8	4,8	5,5	5,1
Финансовый сектор	40,4	39,4	37,3	22,4	22,3	18,8	11,8	7,0	4,2
Операции с недвижимым имуществом	12,5	12,9	12,7	10,0	10,5	10,0	1,6	2,0	2,4
Профессиональная, научная и техническая деятельность	15,0	14,8	15,0	11,5	11,3	11,2	1,8	2,0	2,5
Высшее образование	31,7	31,7	33,0	27,2	28,7	28,0	6,5	7,0	7,5
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	22,8	23,6	23,4	17,7	18,3	17,3	2,0	2,3	3,4
Культура и спорт	13,4	13,5	12,1	10,2	10,7	10,9	1,3	1,4	2,4
Государственное управление, социальное обеспечение	14,6	14,3	13,0	11,2	11,7	10,9	1,3	1,4	2,1

Источник: составлено автором самостоятельно на основе [3, с. 54].

По данным таблицы можно выявить лидеров-отраслей в конкретных группах цифровых технологий. Так, в группе обработки и анализа данных лидером являются финансовый сектор и высшее образование. При этом доля компаний в финансовом секторе, использующих данный вид технологий уменьшается ежегодно. Однако в оптовой и розничной торговле в 2022 году произошел большой прирост. В группе автоматизации и искусственного интеллекта заметно лидерство обрабатывающей промышленности. Этот тренд сохраняется и сейчас: инвестиционная активность в цифровое и технологическое развитие в 2023 году возросла более чем в два раза на промышленных предприятиях по сравнению с 2022 годом [4].

Многие российские компании имеют серьезные успехи в цифровизации, разрабатываются и внедряются цифровые инструменты новейших поколений, развивается цифровая культура внутри организации. Крупная энергетическая компания Росатом по итогам 2022 года увеличила цифровую выручку в 10 раз [5, с. 86]. Помимо того, к 2025 году планирует и уже имеет успехи по внедрению искусственного интеллекта даже на управленческий уровень, что будет означать полную цифровую трансформацию компании.

Компания Сбер по итогам 2022 года оказалась победителем в номинации «Цифровизация». Регулярно оказывает колоссальный вклад в цифровую трансформацию России, проводя специализированные мероприятия для малого и среднего бизнеса о том, как внедрять цифровые технологии, создавать цифровую среду и какие это дает преимущества. Финансовый эффект от технологий искусственного интеллекта в компании за 2022 год составил более 235 млрд. руб. В том же году 75% процессов банка были обеспечены технологией ИИ [6, с. 58].

Эти и многие другие компании-гиганты в России сегодня демонстрируют высокий уровень цифровизации, экономическую целесообразность внедрения цифровых технологий,

а также являются примером и наставником для малых и средних предприятий. Они также стимулируют рост интереса к цифровым технологиям в бизнес-среде, зачастую показывая их доступность. Цифровые технологии проникают в каждую отрасль и сферу деятельности, что увеличивает результаты этой деятельности и скорость их достижения. В ближайшем будущем закономерно ожидается наращивание цифровизации во всех отраслях.

Литература и источники

1. Цифровая трансформация в России — 2020 // Команда А: сайт. – URL: https://komanda-a.pro/projects/dtr_2020 (дата обращения: 13.04.2024)
2. «Цифровая экономика: 2024» // Институт статистических исследований и экономики знаний: сайт. – URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/892396113.pdf> (дата обращения: 13.04.2024)
3. «Цифровая экономика: 2023» // Институт статистических исследований и экономики знаний: сайт. – URL: <https://issek.hse.ru/news/802513370.html> (дата обращения: 13.04.2024)
4. Тенденции инвестиционной активности промышленности в цифровое и технологическое развитие в 2023 г. // Институт статистических исследований и экономики знаний: сайт. – URL: https://www.hse.ru/data/2024/03/29/2142027478/Investment_activity_2023.pdf (дата обращения: 14.04.2024)
5. Стратегический отчет 2022 // ГК Росатом - публичная отчетность: сайт. – URL: https://report.rosatom.ru/go/rosatom/go_rosatom_2022/rosatom_2022_1.pdf (дата обращения: 20.04.2024)
6. Годовой отчет 2022 // Результаты Группы: сайт. – URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/_new_site/com/gosa2023/sber-ar-2022-ru.pdf (дата обращения: 21.04.2024)

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Бельчик Т.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 330.342.24

СТРУКТУРА ЧУВСТВА КАК ИСТОЧНИК ЭМОЦИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Шумилов А.В.

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева»
zhee.eti@kuzstu.ru

***Аннотация.** В статье рассмотрено значимое для развития в условиях цифровизации персонального менеджмента понятие структура чувства личности. Новизна состоит в том, что оно спроецировано на уровень деловой организации с целью гуманизации управления работниками в условиях внедрения искусственного интеллекта в период цифровизации.*

***Ключевые слова:** личность, структура чувства, эмоциональный менеджмент, гуманизм.*

В нынешний период становления в России суверенной экономики, с соответствующим обновлением управленческих технологий, пристального внимания заслуживает изучение категорий Модерна, поскольку в его парадигме мировое сообщество предпочитает мыслить

и в условиях цифровой экономики. Даже постмодерн и многочисленные виды, пришедшие ему на смену (нео-, диджи-, метамодерн и другие) рассматривают с приставками к нему, как отрицание или преобразование его идей и канонов. Неомодерн вынужден будет учесть неоднозначный опыт становления эпохи искусственного интеллекта – своего нового бога, а точнее, идола материального начала, тяготеющего к овеществлению, противостоящего духовности человека. Л. фон Мизес считал, что «только человеческое сознание носит производительный характер вследствие того, что производительные силы являются духовными силами» [1]. У искусственного интеллекта – полностью материального неживого создания человеческих разума и рук нет свойств, которые есть у интеллекта работника как биосоциодуховного существа: отсутствуют такие качественные свойства, как биологические природные корни (функционирование головного мозга: возможность рассудочной деятельности, рефлексии, способность создавать абстракции, наличие неявного знания), социокультурные нормы и ценности. Не подвержен искусственный интеллект и личностным факторам влияния (волеизъявление, эмпатия, эмоциональность, нравственность, совесть, душа и др.).

Известно положение онтологической теории, что осуществление интеллектуальной деятельности связано с личными компетенциями и всесторонним развитием личности. Профессиональной и личностной самореализации человека способствует отсутствующий у искусственного интеллекта эмоциональный интеллект личности.

Термин «личность» наиболее, верно, раскрыт, по нашему мнению, Э.В. Ильенковым: «Личность и есть совокупность отношений человека к самому себе как к некоему “другому” – отношений “Я” к самому себе как к некоторому “НЕ – Я”. Поэтому “телом” ее является не отдельное тело особи вида “*homo sapiens*”, а по меньшей мере два таких тела – “Я” и “ТЫ”, объединенных как бы в одно тело социально-человеческими узами, отношениями, взаимоотношениями» [2, с. 393]. Предлагает отечественный философ и способ понимания этого феномена. Чтобы понять «...что такое личность, надо исследовать организацию всей той совокупности человеческих отношений конкретной человеческой индивидуальности ко всем другим таким же индивидуальностям, то есть динамический ансамбль людей, связанных взаимными узами, имеющими всегда и везде социально-исторический, а не естественно-природный характер» [2, с. 393].

Как видно, Ильенков, оставаясь в культурно-историческом поле, понимает личность вполне материалистически – вещественно-телесно. Такой же подход мы наблюдаем в теории культурного материализма английского исследователя Р. Уильямса с его известным концептом «структура чувства личности» [3]. Для нас важно, что Уильямс пишет не только о культуре и искусстве, в схеме его исследования выражена необходимость оценивать взаимодействия всех сфер общества как равнозначных, без выделения среди них определяющей, рассматривать их взаимодействие и взаимовлияние.

Р. Уильямс ставит перед собой цель поиска новых терминов для объяснения бесспорного опыта настоящего. Оно может быть обозначено как «личное» в том смысле, что это живое и активное только здесь и сейчас (в моменте), его трудно зафиксировать и задокументировать в противовес социальному, которое всегда является фиксированным и явным. Именно такие качественные изменения, всецело принадлежащие настоящему, Р. Уильямс и называет «структурой чувства личности». Это коррелирует с неявным и явным знанием человека. Использование неявного знания работников представляет проблему для управляющих в фирме [4], поскольку управление персоналом тесно связано с управлением его знаниями. И связь эта будет расти по мере освоения в фирме технологий искусственного интеллекта.

Возникновение новой структуры чувства возможно вместе с появлением нового или с коренным изменением существующего социального класса, как это происходит в «цифровом» капитализме, хотя, по мнению самого Р. Уильямса, скорее связано с географическими и возрастными параметрами. Как поясняет автор, в определенные периоды

возможно существенное различие структуры чувства среди разных групп населения. При этом для нее не обязателен явно выраженный классовый акцент.

Р. Уильямса трудно назвать постмодернистом в значении циничного отношения постмодернизма к жизни: его гуманизм означает наличие универсальных ценностей, вектор на новые формы сообщества и прогресс. По мнению Уильямса, постмодернизм следует понимать как тип господствующей культуры, который осложняет возникновение контркультурных элементов: поздний капитализм и соответственно постмодернизм поглощают и коммерциализируют любую другую культуру в ее зародыше, противодействуя созданию оппозиционной контркультуры [5]. Такая коммерциализация способствует получению собственником фирмы прогнозируемых эмоций – покупке душ работников за деньги.

Уильямс не теряет надежду на выход из круга подобной логики. Ведь любой культурный период, постмодернизм – не исключение, оставляет зазор для существующего вне его или отнесенного к традиции. Вот из них, «остатков», возможно, появится другая структура чувства. Однажды она сможет перерасти в нечто формализованное и обнаружить себя даже политически. Культурная идеология всегда отражала политико-экономическую идеологию и была средством ее установления.

Тем более велико воздействие структуры чувства на изменения в общественных науках. Р. Уильямс отмечал влияние своего концепта на теоретический базис философии и социальных наук. Последние составляют научную базу управления персоналом.

Структура чувства личности – это, прежде всего культурная гипотеза, наиболее адекватная реальному диапазону культурных явлений, которая находится в непрерывном процессе решения социальных переживаний и опытов. Уильямс правомерно, на наш взгляд, соединяет эмоциональное восприятие и языковой символ, из чего складывается исторический опыт и всего народа, и отдельного его поколения. Эта связь есть ничто иное как базис для всей теории человеческого общества. Структура чувства призвана аккумулировать в себе возникающий в результате непрерывного единения народа и его писателя набор эмоций [5]. Писатель здесь тот же наблюдатель-исследователь.

Главным звеном социологической системы В. Парето тоже является эмоциональная сфера человеческой деятельности, но у автора есть своя мерка заслуживающих исследования чувств. Они должны проявляться в конкретных действиях, быть классифицируемыми. Будучи неизменными, они как элементы социальной среды «детерминируют социальное равновесие» [6]. С целью его поддержания путем формирования общей коллективной эмоции в фирме в противовес индивидуальным настроениям управляющие используют технологии эмоционального менеджмента, включая коммуникации. Коммуникацию внутри сообщества структура чувства делает возможной, наделяя его общим ощущением своего времени. В отличие от традиций структура чувства не приобретает посредством какого-то формального обучения, но может быть сформирована в процессе ризомного обучения, когда все учатся друг у друга.

В связи с цифровизацией можно выделить два использования концепта структуры чувства: 1) в обсуждении постмодернизма [7] и 2) метамодернизма [8]. Термин «метамодернизм» голландский философ Р. ван ден Аккер и норвежский теоретик медиа Т. Вермюлен ввели в эссе «Заметки о метамодернизме». Авторы считают, что с развитием цифровых технологий общество перешло на новый этап культурного развития, названный ими метамодернизмом. По словам Аккера и Вермюлена, метамодерн – это та же структура чувства, непрерывно колеблющаяся в диапазоне культурных явлений.

Большое значение эмоциональным чувствам и силам работников придает руководство АО «Эфко». Исполнительный директор компании С. Иванов верно считает, что «когда наши эмоции “закончились”, то не стоит от человека ждать сложных моделей, стратегических идей, креатива и всего прочего. Берегите эмоции ваших руководителей! Выстраивайте культуру и бизнес-процессы так, чтобы они их не тратили на пустое» [9].

Итак, если при развитии в условиях цифровизации теории управления персоналом использовать концепт структуры чувства личности, то можно привлечь внимание менеджеров по персоналу к эмоциональной составляющей мотивации работников, позволяющей повысить эффективность производства за счет их духовных сил.

Литература и источники

1. Мизес, Л. Теория и история: интерпретация социально-экономической эволюции / Л. Мизес / Пер. с англ. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 295 с.
2. Ильенков, Э. В. Что же такое личность? / Э. В. Ильенков // Философия и культура. – Москва: Политиздат, 1991. – С. 387-414.
3. Williams, R. The long revolution. – New York: Columbia University Press, 1961. – 369 p.
4. Жернов, Е. Е. Цель и средство управления знаниями: перевод неформализованных знаний в знания формализованные / Е. Е. Жернов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2023. – Т. 8, № 1. – С. 63-73. – DOI 10.21603/2500-3372-2023-8-1-63-73. – EDN YEXULU.
5. Williams, R. Marxism and literature. – Oxford: Oxford University Press, 1977. – 217 p.
6. Парето, В. Компендиум по общей социологии / В. Парето / Пер. с итал. – Москва: ГУ ВШЭ, 2007. – 511 с.
7. Джеймисон, Ф. Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма / Ф. Джеймисон / Пер. с англ. – Москва: Изд-во Ин-та Гайдара, 2019. – 795 с.
8. Метаподернизм: историчность, аффект и глубина после постмодернизма / Под ред. Р. ван ден Аккера; пер. с англ. – Москва: Группа компаний РИПОЛ классик, 2019. – 493 с.
9. Сергей Иванов из ЭФКО – Telegram [Электронный ресурс]. – URL: https://t.me/s/sergei_ivanov_efko.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Жернов Е.Е., ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева»

СЕКЦИЯ 5 МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

УДК 658.8

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К ПОИСКУ И ПРИВЛЕЧЕНИЮ СОТРУДНИКОВ В АДМИНИСТРАЦИЮ ГОРОДА КЕМЕРОВО

Баранов А.П.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

a.baranov3006@gmail.com

***Аннотация.** Актуальность темы подкреплена потребностью привлечения молодых и перспективных кадров в администрацию города Кемерово, которая возникает на фоне дефицита специалистов и высокой текучестью.*

***Ключевые слова:** маркетинг, маркетинговый подход, поиск сотрудников, дефицит кадров, молодые специалисты, администрация, город Кемерово, государственный служащий.*

В настоящее время в регионе наблюдается дефицит молодых специалистов на государственной службе, большинство молодых людей не желает связывать свою жизнь с государственными органами после окончания учебных заведений. При этом целесообразно рассмотреть количество выпускников высших учебных заведений города, которые после окончания не рассматривают государственную службу в администрации города Кемерово. Зачастую молодых людей останавливают от выбора данной сферы следующие моменты:

- низкий уровень дохода государственных служащих;
- низкая престижность должностей в администрации города на начальных уровнях;
- отсутствие заинтересованности в деятельности различных отделов городской администрации или же неосведомленность об их деятельности в целом;
- специфическое отношение к политическим аспектам деятельности.

Возможность влиять на развитие города, стабильная и гарантированная заработная плата, карьерный рост и повышение общественного престижа, довольно высокая пенсия, всё равно не мотивируют молодых специалистов сделать свой выбор в сторону карьеры государственного служащего в городской администрации. Так же и не работает преемственность поколений. В семьи, в которых старшее поколение работало или работает в органах местной власти, зачастую дети не желают идти по стопам своих родителей и устраивать свою карьеру, так, как устраивали их родственники.

Проблемой современных специалистов, только что вышедших из учебных заведений, является желание “жить здесь и сейчас” и они не задумываются о том, что будет с ними через 10-20 лет. А с приходом века цифровых технологий доступность информации становится больше, а получать знания становится в разы проще, именно поэтому большинство молодых людей не устраивает возможная перспектива проработать 5-7 лет ожидая повышение и возможность занять должность, которая будет их устраивать. Также стоит отметить отсутствие таких должностей, которые будут полностью удовлетворять потребности молодых людей, которые хотят получать всё и сразу. Органам местной власти, а именно администрации города Кемерово, следует изменить подход и внутреннюю атмосферу для привлечения молодых специалистов, потому что если не сделать это сейчас, то впоследствии может возникнуть кадровый кризис, связанный с уходом на пенсию старых специалистов и отсутствием перспективных молодых людей, готовых без особых потерь занять должности.

Невозможно полностью избавиться от факторов, отталкивающих выпускников от работы в администрации, но есть возможность минимизировать влияние этих факторов и перевесить их новыми факторами, которые будут привлекать молодёжь к выбору профессии государственного служащего.

Требуется создать иной маркетинговый подход к поиску сотрудников администрации города Кемерово. Для этого, изначально, требуется провести маркетинговое исследование и исследовать рынок труда. Для этого выделим следующие основные этапы:

1. Создание концепции исследования.
2. Сбор и анализ данных.
3. Формирование выводов и рекомендаций.

Результаты исследования помогут определить потребности кандидатов и рынка в целом, изучить сегменты, а также понять, как именно разделить их и по каким признакам. Всё это поможет определить дальнейшую концепцию маркетинга по поиску и привлечению сотрудников.

Для удовлетворения потребностей администрации города Кемерово в молодых и перспективных специалистах, следует рассматривать аудиторию студентов.

Для привлечения студентов следует чаще посещать университеты города, особенно студентов 4 и 5 курсов, которые готовятся к тому, что выпуститься и окончить своё обучение, так как в большинстве случаев и будущих выпускников нет конкретного плана по дальнейшему развитию своей карьеры. Работа в городской администрации в понимании обычного населения является местом, куда сложно попасть без определенных связей, где требуется работать десятилетиями, чтобы иметь достойную заработную плату и где требуется выполнять всю жизнь скучную и монотонную работу, которая не будет приносит удовольствие.

Главная задача обустроить понимание молодых специалистов о том, что государственная служба в администрации города Кемерово может стать для них хорошим и перспективным стартом карьеры, с возможностью комфортной и интересной работы, стабильным карьерным ростом, поможет обзавестись новым и полезным опытом, а что самое главное - статусом, ведь государственная служба – это возможность изменить что-то в своём районе, городе, стране и в своей жизни.

В первую очередь в построении маркетингового подхода для поиска и привлечения молодых специалистов в Администрацию города Кемерово требуется создать бренд Администрации города. Он должен транслировать следующее:

- Быстрый карьерный рост.
- Социальный статус.
- Легкий и быстрый старт карьеры.
- Государственная поддержка.

Привилегии для государственных служащих городской администрации.

Для продвижения бренда следует понять, где именно его продвигать и на каких площадках. Для студентов могут подойти следующие инструменты: ивент-маркетинг и социальные сети.

Так как мы находимся в окружении информационных сетей, то запустить рекламу на различных интернет-площадках не составит труда, главное соблюсти некоторые моменты, которые помогут запустить её успешно, благо для этого уже имеется множество готовых методов.

Заинтересовать и убедить аудиторию в живую куда сложнее. Сотрудники Администрации должны приходить к студентам, проводить различные кейсовые задания, рассказывать о деятельности администрации, но не просто выстраивать монотонный диалог, а делать это с использованием интерактивов. Данные моменты помогут студентам лучше ознакомиться с деятельностью администрации и узнать об их жизни больше.

Как и в любом аспекте маркетинговой деятельности, очень важно оценивать эффективность проделанных работ и проведенных мероприятий, это необходимо для того, чтобы вносить правки и корректировки, для повышения эффективности маркетинговой деятельности, что поможет добиться успехов в дальнейшей перспективе.

Таким образом, маркетинговый подход к поиску и привлечению сотрудников в администрацию города Кемерово позволит определить целевую аудиторию потенциальных сотрудников, создать положительное впечатление об организации среди потенциальных кандидатов, наладить эффективные методы для привлечения квалифицированных специалистов и снизить текучесть кадров на государственной службе.

Литература и источники

1. Анурин, В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка. Уникальный отечественный опыт / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. – СПб: Питер, 2004. – 269 с. - (Учебник для вузов). – Текст: непосредственный.

2. Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – Электрон. дан. – М.: Дашков и К, 2016. – 440 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com/book/93316> (дата обращения: 18.12.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Кетова Н. П. Отраслевой маркетинг: стратегии, функции, приоритеты : Учебное пособие для подготовки магистров по направлению «Менеджмент» / Н. П. Кетова. – Закрытое акционерное общество "Издательское предприятие "Вузовская книга" (Москва) – Текст : электронный // Электронная библиотека Elibrary [сайт]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29066281>

Научный руководитель – канд. техн. наук, доц. Коновалова О.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 339.138

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОМ ПРОДУКТОВОМ МАРКЕТИНГЕ: ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Борисевич Я.Н.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
yanaborisevich0212@gmail.com

Аннотация. Данная научная работа представляет собой анализ современных трендов в области продуктового маркетинга на 2024 год. Основываясь на литературном обзоре и экспертных мнениях, работа исследует рост роли технологий и искусственного интеллекта в продуктовом маркетинге, увеличение внимания к персонализации и аналитике данных, а также стратегическую интеграцию маркетинга с другими функциями компании. Анализируются последствия этих трендов для развития маркетинговых стратегий, взаимоотношений с клиентами и влияния на конкурентоспособность компаний в быстро меняющейся бизнес-среде.

Ключевые слова: продуктовый маркетинг, тренды, технологии, искусственный интеллект.

Продуктовый маркетинг играет ключевую роль в успешной стратегии продукции на рынке, требуя глубокого понимания рыночных потребностей и активного участия

специалистов. В современной среде, насыщенной рекламой и конкуренцией, маркетинг становится основным инструментом для обеспечения успеха продукта. Он не только привлекает внимание к продукту, но и убеждает потребителей в его ценности, чем помогает минимизировать риски и максимизировать шансы на успех.

Продуктовые маркетологи играют ключевую роль, разрабатывая и внедряя маркетинговые стратегии, занимаясь выбором целевой аудитории и созданием убедительного имиджа продукта на протяжении всего его жизненного цикла. Взаимодействие с другими областями компании, такими как продакт-менеджмент и разработка продукта, также является важным аспектом успешного продуктового маркетинга.

Современные компании все больше признают важность продуктового маркетинга и активно ищут квалифицированных специалистов. От стартапов до крупных корпораций, продуктовые маркетологи играют ключевую роль в успехе компании. Они объединяют стратегическое мышление, креативность и аналитические способности, помогая компаниям оставаться конкурентоспособными и успешно расти в быстро меняющемся бизнес-мире [1].

Анализируя влияние цифровых инструментов на процессы разработки, позиционирования и продвижения продуктов, можно выделить ключевые факторы успеха и возможности для инноваций. Подробное рассмотрение современных тенденций и перспектив использования цифровых технологий позволяет лучше понять, как компании могут адаптироваться к переменам в потребительском поведении и изменяющемся рыночном окружении [1].

Знание трендов и перспектив продуктового маркетинга необходимо для адаптации к изменяющимся условиям рынка, повышения конкурентоспособности продуктов и оптимизации стратегий маркетинга. Оно позволяет компаниям адаптироваться к новым потребительским требованиям, оптимизировать процессы создания и продвижения продуктов, а также осуществлять инновации для успешного выхода на рынок и удержания лидирующих позиций. Рассмотрим каждый из трендов продуктового маркетинга более подробно:

1. Интеграция маркетинга продукта с управлением продуктом и внедрение ИИ

Современная маркетинговая практика переживает трансформацию роли продуктового маркетинга, интегрируя его с управлением продуктом и внедрением искусственного интеллекта (ИИ). Это открывает новые перспективы для оптимизации процессов и тесного сочетания маркетинга продукции с ее разработкой. Использование инструментов ИИ, таких как анализ отзывов пользователей и кластеризация профилей клиентов, помогает улучшить эффективность запуска продуктов и их стратегическое позиционирование [2].

2. Продуктовые маркетологи как разработчики и внедрение ИИ для решения высокоэффективных задач

Продуктовые маркетологи в 2024 году все активнее внедряют инструменты на базе Искусственного Интеллекта (ИИ) для быстрого развертывания качественных продуктов и приложений без необходимости масштабных маркетинговых команд. Они переходят от экспериментов с генерацией контента к использованию ИИ для решения ключевых задач, таких как создание персон и глубокий анализ данных. Эта эволюция отражает признание ИИ как ценного инструмента для адаптации маркетинговых стратегий к динамике рынка и потребностям клиентов [2].

3. Повышенный статус маркетинга продукта и стратегические предварительные инвестиции

В 2024 году маркетинг продуктов станет неотъемлемой стратегической функцией для успешного бизнеса. Компании будут все больше инвестировать в эту область заранее, чтобы обеспечить быстрое соответствие продукта рынку и повысить эффективность инвестиций. Евгения Альфонсо из Netflix подчеркивает, что продуктовые маркетологи играют ключевую роль в этом процессе, контекстуализируя отраслевые тенденции и мнения клиентов для достижения оптимального соответствия продукта рынку [2].

4. Рост технологического стека продуктового маркетинга и автоматизации

В ближайшей перспективе технологический стек и бюджеты продуктового маркетинга будут играть все более важную роль. Введение надежных технологических решений подчеркивает растущее значение технологий для реализации эффективных маркетинговых стратегий. Ожидается, что автоматизация в сочетании с искусственным интеллектом оптимизирует рабочие процессы и повысит стратегическую ценность, позволяя маркетологам сосредоточиться на основных задачах. Майк Бергер из ClickUp прогнозирует, что технологический стек и связанные с ним бюджеты станут все более значимыми для маркетинга продуктов. Он отмечает, что маркетологи всё чаще используют инструменты, такие как Ignition, GTM Buddy, Tribyl и другие, для ускорения запуска продуктов и достижения успеха на рынке [2].

5. Влияние искусственного интеллекта на маркетинговые сообщения и персонализацию

Ожидается, что искусственный интеллект значительно изменит маркетинговые стратегии, предсказывая потребности и создавая персонализированные сообщения, учитывая индивидуальные особенности потребителей. Это также приведет к увеличению коротких форматов контента, чтобы соответствовать предпочтениям поколения Z на рынке труда. Использование ИИ для создания персонализированных сообщений и короткого контента позволит маркетологам эффективно адаптироваться к изменяющимся предпочтениям клиентов, особенно новой рабочей силы [2].

6. Переход к стратегиям перекрестных и дополнительных продаж и фокус на дифференциации

По прогнозам Жанны Форд из Zuoga, компании будут переходить к стратегиям перекрестных и дополнительных продаж, с увеличенным вниманием к дифференциации и долгосрочным отношениям с клиентами. Этот сдвиг отражает растущее признание важности сотрудничества между маркетингом продукта, продуктом, продажами и генерацией спроса для обеспечения устойчивого роста [2].

7. Маркетинг продуктов, основанный на данных и ориентированный на потребителя

В продуктовом маркетинге ожидается значительный переход к подходам, основанным на данных и ориентированным на клиента, поддерживаемым искусственным интеллектом и передовой аналитикой. Этот сдвиг направлен на понимание индивидуальных потребностей и намерений каждого клиента, вместо общих тенденций рынка. Акшита Канумури из Freshworks подчеркивает, что маркетинг продуктов SaaS будет акцентироваться на персонализации на основе данных и использовании ИИ для ориентированного на клиента опыта. Этот переход обеспечивает более эффективные сообщения на рынке и позволяет маркетологам продуктов адаптировать стратегии коммуникации для успешного выхода на рынок [2].

8. Лидерская роль маркетологов по продуктам в маркетинговых командах

Прогнозируется, что с развитием продуктового маркетинга количество маркетологов, возглавляющих маркетинговые команды, будет расти. Эти стратегические лидеры, обладающие глубоким пониманием рынка, бизнеса и продукта, приглашаются для внесения вклада в стратегии маркетингового роста и анализа позиционирования бренда. Парф Мукерджи из Mindtickle предсказывает еще более тесное сотрудничество между продуктовым маркетингом и другими областями маркетинга, с возможным расширением обязанностей продуктовых маркетологов на контент-маркетинг, маркетинг клиентов и маркетинг роста. Этот тренд отражает усиленное стремление к целостному пониманию рынка и координации маркетинговых функций для достижения общих целей бизнеса [2].

9. Стратегическая роль продуктового маркетинга в персонализации и маркетинге влияния

В 2024 году продуктовый маркетинг все более сосредоточится на персонализации, включая индивидуализированные рекомендации и сообщения, чтобы обеспечить уникальный пользовательский опыт. Реха Шриватсан из Salesforce прогнозирует развитие маркетинга влиятельных лиц с появлением специализированных платформ, обеспечивающих эффективное взаимодействие брендов с влиятельными личностями. Этот сдвиг отражает растущий спрос на персонализированные и вовлекающие маркетинговые стратегии и обеспечивает более организованный и основанный на данных подход к сотрудничеству с влиятельными личностями [2].

Современные тенденции развития продуктового маркетинга включают интеграцию с цифровыми технологиями, такими как большие данные, искусственный интеллект и машинное обучение. Эти технологии позволяют автоматизировать сбор и анализ данных, увеличивая точность прогнозов и эффективность управленческих решений [3]. Кроме того, усиливается фокус на устойчивое развитие и социальную ответственность бизнеса. В будущем можно ожидать, что роль цифровых технологий в продуктовом маркетинге и оптимизации бизнес-процессов будет только усиливаться, а инструменты и методы, поддерживаемые искусственным интеллектом и передовой аналитикой, станут еще более интегрированными с инновационными технологиями [4].

В целом будущее продуктового маркетинга в 2024 году характеризуется адаптивностью, интеграцией передовых технологий и стратегическим сдвигом в сторону ориентированных на клиента подходов, основанных на данных. Когда продуктовые маркетологи будут ориентироваться в этих тенденциях, их способность налаживать связи между функциями, использовать технологии и определять приоритеты персонализированных, эффективных стратегий станет краеугольным камнем успеха.

Литература и источники

1. Интернет-портал «Storylane» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.storylane.io/blog/ultimate-guide-to-product-marketing> – Дата доступа: 20.04.2024.
2. Интернет-портал «РМА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.productmarketingalliance.com/top-product-marketing-predictions/#integration-of-product-marketing-with-product-management-and-ai-adoption> – Дата доступа: 20.04.2024.
3. Антипенко, Н. А. Особенности устойчивого развития бизнес-субъектов в условиях цифровизации экономики Республики Беларусь / Н.А. Антипенко // Бухгалтерский учет и анализ. – 2020. – № 1. – С. 46–50.
4. Антипенко, Н. А. Тенденции развития инструментария цифрового маркетинга в Республике Беларусь / Н. А. Антипенко // Бухгалтерский учет и анализ. – 2020. – № 5. – С. 44–50.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Антипенко Н.А., Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники; ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Минский филиал

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Галущенко Д.О.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

galushchenko123@mail.ru

Аннотация. Актуальность данной работы обусловлена тем, что в современной экономической реальности важно сохранять высокий уровень конкурентных преимуществ. Для достижения этой цели каждой организации необходимо осуществлять маркетинговые исследования. Эти работы направлены на детальное исследование рыночной среды, определение целевой аудитории, анализ потребительских предпочтений и поведения, а также оценку внутренней и внешней среды, включая конкурентов. Полученные данные являются основой для принятия аргументированных управленческих решений [1]. Цель маркетингового исследования заключается в том, чтобы точно оценить текущее положение на рынке, сформировать прогнозы на будущее и исходя из этого разработать стратегию компании, учитывая все существующие и потенциальные рыночные факторы, позицию компании и ее перспективы [2].

Ключевые слова: маркетинговые исследования, конкурентоспособность, целевая аудитория, потребители.

В проведенном исследовании отмечается, что любая маркетинговая стратегия начинается с изучения потребностей потребителей для создания ценности продукта и завершается изучением их реакции на приобретение товара или услуги [3].

Итак, следует отметить, что маркетинговое исследование представляет собой форму изучения, в рамках которой осуществляется сбор и анализ рыночной информации, а также разрабатываются рекомендации для принятия управленческих решений [4].

Этот процесс включает в себя обработку данных и подготовку информации для принятия стратегических и оперативных решений в области маркетинга и предпринимательства. [3].

Целью таких исследований является решение определенной проблемы и прогнозирование будущих проблем. Маркетинговое исследование позволяет развивать предприятие, ведь его проведение снижает уровень неопределенности рынка при помощи информации, а также повышает эффективность важных управленческих решений [5].

К основным функциям маркетинговых исследований относят:

- сбор и проведение глубокого анализа информации;
- маркетинговый анализ, который включает в себя обработку информации, включая оценку, моделирование и прогнозирование процессов на рынке, в компании и в маркетинговой деятельности фирмы с использованием экономических, статистических и других методов исследования;
- представление результатов, формулирование выводов и рекомендаций для принятия управленческих решений.

Существует много различных типов маркетинговых исследований. Во-первых, их можно классифицировать по типу собираемой информации: качественные и количественные исследования.

Качественные исследования не требуют проведения маркетингового анализа для получения результатов, в отличие от количественных исследований, которые используют математический и статистический анализ большого объема данных. Примеры качественных исследований включают интервью, беседы, фокус-группы и другие методы [6].

Интересный факт о маркетинговых исследованиях: научно доказано, что люди чаще доверяют маркетинговым исследованиям, проведенным с участием фокус-группы, потому что они ощущают себя частью процесса исследования.

Смешанные исследования объединяют элементы как качественных, так и количественных исследований, что позволяет быстро оценить проблему с разных сторон, что особенно важно при ограничениях по времени и бюджету.

Разновидностями смешанных исследований являются:

- hall-тесты. Проводятся на небольшой выборке, отражающей целевую аудиторию. Респондентов приглашают на личную беседу или интервью, в ходе этого могут демонстрироваться образцы продукции;

- home-тест. Проводится на дому у респондентов. Потребителей просят протестировать продукцию. Это может занять несколько дней;

- тайный покупатель. Специально подготовленный человек под видом обычного покупателя собирает информацию о качестве обслуживания, занятости персонала, внешнем виде, вежливости, внимательности и т.д. Сотрудников заранее не информируют [3].

В зависимости от методов проведения исследований, маркетинг делится на несколько категорий:

- кабинетные исследования включают в себя анализ уже существующих данных, полученных из различных источников;

- полевые исследования, которые строятся на сборе первоначальной информации. Эти исследования осуществляются для выявления конкретных аспектов, начиная с начала [7].

В соответствии с целью маркетинговых исследований различают несколько подтипов:

1. Исследования разведывательного характера – это первичный сбор данных. В этом случае особое внимание уделяется вторичным источникам и применяются преимущественно качественные методы собирания информации.

2. Описательные исследования – предназначены для детального описания маркетинговых аспектов, таких как рыночные ситуации, потребительские предпочтения, сезонность спроса и другие схожие проблемы.

3. Казуальные исследования – направлены на проверку гипотез о причинно-следственных связях, например, «Если..., то...». Часто применяется метод эксперимента для их проведения.

На практике, маркетинговые исследования часто сочетают различные подходы, используя их последовательно или одновременно [6].

Ниже мы кратко опишем этапы проведения маркетинговых исследований.

1. Идентификация проблем и постановка целей исследования.

Определение проблемы может включать в себя обсуждение с ключевыми лицами в компании, интервью с экспертами в данной области, анализ вторичных данных и другие методы. После выявления проблемы компания должна определить цель маркетингового исследования. Цели могут быть поисковыми, описательными или экспериментальными [8].

2. Подбор методики исследования.

Этот этап включает в себя следующие шаги: определение этапов, на которые будет разделено маркетинговое исследование; разработка порядка выполнения этапов и установление четких сроков; выбор подходов для маркетингового исследования (как качественные, так и количественные; разведывательные и другие).

3. Сбор информации. В ходе этого процесса необходимо: получение вторичной информации с указанием источников и методов ее получения; сбор первичной информации, также с указанием методов сбора; обработка данных; обеспечение сохранности информации [9].

4. Анализ полученной информации. На этом этапе включает: анализ информации; моделирование ситуации; прогнозирование будущих тенденций; разработка рекомендаций.

5. Реализация рекомендаций.

Ну и на последнем этапе происходит оценка эффективности предложенных и внедренных мероприятий, а также делаются выводы о корректировке рекомендаций на основе полученных данных [4].

В заключении хотелось бы сказать о том, что в современных реалиях набирают популярность маркетинговые исследования в интернете через сообщества, онлайн-опросы и анализ социальных сетей. Самыми распространёнными методами всегда были и являются до сих пор опросы и анкетирования в любом виде и проявлении. Именно они позволяют получить информацию о предпочтениях потребителей и их отношении к продуктам, а это является самым главным при определении стратегии работы компаний. Данные исследования можно рекомендовать к проведению, чтобы понять обстановку на рынке, основные тенденции, конкурентную среду и другое.

Литература и источники

1. Тарасова, К.В. Разработка теоретических аспектов проведения маркетинговых исследований для формирования маркетинговой информационной системы организации [Электронный ресурс] / К.В. Тарасова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2014. – № 4. – С. 390-400. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/294873> (дата обращения: 10.12.2023).

2. Сытник, О. А. Исследование маркетинговой товарной политики и стратегии ПАО «Лукойл» [Электронный ресурс] / О. А. Сытник, В. В. Дудник // Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО "Донецкий национальный университет". – 2023. – № 15. – С. 195-201. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/334133> (дата обращения: 10.12.2023).

3. Лукичева, Т. А. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования [Электронный ресурс] / Т. А. Лукичева, Н. Молчанов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 386 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/531183/p.75> (дата обращения: 30.10.2023).

4. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс] / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 447 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/533987/p.11> (дата обращения: 30.10.2023).

5. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс] / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 315 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/511401/p.16> (дата обращения: 31.10.2023).

6. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров [Электронный ресурс] / А. В. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 595 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/508855/p.82> (дата обращения: 31.10.2023).

7. Открытые медиа / Статья. Виды маркетинговых исследований: первичные и вторичные: сайт. – Москва. – URL: <https://www.ovtr.ru/stati/vidy-marketingovykh-issledovaniy-vtorichniye-i-pervichniye-iss> (дата обращения: 01.11.2023).

8. Аникеева-Науменко, Л. О. Маркетинговые исследования: учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / Л. О. Аникеева-Науменко, О. Г. Евдокимов. – Москва: РУТ (МИИТ), 2021. – 23 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/269510> (дата обращения: 01.12.2023)

9. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие [Электронный ресурс] / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – Москва: Дашков и К, 2017. – URL: <https://e.lanbook.com/book/93419> (дата обращения: 01.12.2023).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Шадрин В.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 339.138

ТРАНСФОРМАЦИЯ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Грибанова В.В., Пустовит А.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

grisafvv@gmail.com, artem-pustovit@mail.ru

***Аннотация.** Трансформация маркетинга в условиях цифровизации связана с развитием информационных технологий и электронной коммерции. Это приводит к изменению способов взаимодействия с клиентами, оптимизации бизнес-процессов и повышению конкурентоспособности компаний.*

***Ключевые слова:** маркетинг, цифровизация, стратегия, инфлюэнсер, потребители.*

Цифровизация меняет способы использования инструментов маркетинга и требует от компаний принятия новых стратегий и подходов к продвижению продуктов и услуг. Рассмотрим несколько ключевых аспектов трансформации маркетинга в условиях цифровизации:

1. **Онлайн-присутствие.** В настоящее время, в условиях цифровизации, поиск организации в интернете становится все более важным аспектом маркетинговой стратегии. С развитием Всемирной паутины и социальных сетей у компаний появилась возможность охватывать свою целевую аудиторию более эффективно и экономно, чем при использовании традиционных методов исследования и продвижения. Присутствие на просторах интернета позволяет компаниям создавать персонализированные сообщения и рекламные объявления, а также взаимодействовать с потенциальными клиентами в режиме реального времени. Это помогает улучшить взаимоотношения с потребителями, повысить узнаваемость бренда, увеличить продажи и, следовательно, повысить прибыль. Кроме того, присутствие в сети интернет позволяет организациям анализировать данные о своей аудитории и эффективности своих рекламных кампаний. Это позволяет им быстро реагировать на изменения рынка и совершенствовать свои рекламные стратегии. Поэтому нахождение в интернет-среде играет ключевую роль в маркетинговой трансформации в контексте цифровизации, предоставляя компаниям новые возможности и инструменты для эффективного продвижения своих продуктов и услуг.

2. **Аналитика и измерение результатов.** Цифровизация изменила способ взаимодействия с потребителями и предоставления продуктов и услуг, что требует новых подходов маркетинга. В этом процессе анализ и обработка информации становятся ключевым аспектом.

Аналитика позволяет собирать и анализировать данные о поведении потребителей, эффективности различных маркетинговых мероприятий и других показателях. Это помогает компаниям более точно определять предпочтения своей целевой аудитории и эффективно корректировать свои маркетинговые стратегии. Результаты измерений позволяют оценить эффективность действий в рамках продвижения и популяризации товаров и услуг, а также определить, какие из них работают хорошо, а какие нуждаются в улучшении. Это позволяет компаниям быстро реагировать на изменения в поведении потребителей и экономической среде. Анализ и обработка результатов помогают многим организациям сократить расходы на продвижение, повысить эффективность своих действий и улучшить взаимодействие с потенциальными клиентами. Эти аспекты стали основой для успешной маркетинговой трансформации в условиях цифровизации.

3. **Персонализация и конверсия.** Современная цифровизация привела к тому, что потребители становятся всё более требовательными и информированными, им нужен

персонализированный контент и услуги. В этом смысле личное отношение стало ключевым аспектом успешного маркетинга. Это позволяет учитывать личные потребности и предпочтения каждого клиента, делая общение более эффективным и привлекательным. Компании, которые успешно внедряют индивидуальный подход к каждому клиенту, увидят увеличение коэффициента конверсии, улучшение отношений с целевой аудиторией и повышение лояльности.

В эпоху цифровых технологий персонализация должна быть интегрирована во все аспекты маркетинга, от контента на веб-сайтах и в социальных сетях до электронных писем, брошюр и рекламы. Компании, инвестирующие в персонализированный маркетинг, могут рассчитывать на лучшие результаты, лучший потребительский опыт и более высокий доход.

Таким образом, персональные подходы и конверсия являются важными аспектами маркетинговой трансформации в контексте цифровизации, и компании, которые успешно применяют их, получают конкурентное преимущество на рынке.

4. Партнерство с амбассадорами и использование инфлюэнс-маркетинга. Работа с лидерами мнений и использование этого вида продвижения - один из ключевых аспектов маркетинговой трансформации в условиях цифровизации. Амбассадоры – это люди, у которых большая аудитория в социальных сетях или других онлайн-платформах, которая может влиять на мнение и поведение их подписчиков.

Сотрудничество с этими людьми дает компаниям возможность эффективно продвигать свои продукты или услуги, привлекать внимание целевой аудитории и повышать узнаваемость бренда. Они могут создавать контент, рассказывать о продуктах организации и делиться опытом их использования, чтобы убедить своих подписчиков попробовать их на себе. Использование инфлюэнс-маркетинга требует от компаний уделять внимание выбору правильных людей, поскольку важно, чтобы их ценности и стиль соответствовали целевой аудитории. Также необходимо разработать четкую стратегию взаимодействия и измерять эффективность кампании с помощью таких показателей, как вовлеченность, рост числа подписчиков или продажи. Таким образом, продвижение с помощью амбассадоров открыло перед компаниями новые возможности для продвижения продуктов и услуг. В результате цифровизации это стало одним из важных инструментов достижения успеха на рынке.

5. Использование мобильного маркетинга играет ключевую роль в цифровой трансформации. С появлением современных технологий и увеличением числа пользователей смартфонов компании обращают своё внимание на разработку новых рекламных стратегий для привлечения и удержания аудитории.

Мобильный маркетинг даёт организациям возможность передавать свою информацию пользователям в любое время и в любом месте, что делает его одним из самых эффективных инструментов. С помощью интеллектуальных приложений, push-уведомлений, SMS-сообщений и других инструментов компании могут разрабатывать более персонализированные и привлекательные коммуникации для потребителей. Благодаря современным технологиям аналитики и таргетированной контекстной рекламе компании могут отслеживать поведение пользователей на смартфонах и корректировать свои стратегии продвижения, чтобы улучшить пользовательский опыт и повысить коэффициент конверсии. Кроме того, использование мобильного маркетинга позволяет компаниям взаимодействовать с клиентами по удобным каналам связи, тем самым становясь ближе к своей аудитории.

Цифровая трансформация маркетинга предполагает использование современных технологий и онлайн-платформ для привлечения и удержания клиентов. Для успешной цифровизации необходимо определить цели и стратегии, а также проанализировать целевую аудиторию. Сегментация потенциальных клиентов и персонализация контента помогут повысить эффективность продвижения кампаний. Также важно инвестировать в технологии и обучение персонала для внедрения цифровых технологий. Мониторинг и анализ результатов помогут оптимизировать стратегию и достичь поставленных целей.

Таким образом, цифровая трансформация требует от компаний пересмотра и совершенствования своих маркетинговых стратегий для поддержания конкурентоспособности на рынке и достижения успеха. Для этого необходимо освоить новые инструменты и технологии, а также углубить свое понимание потребностей целевой аудитории и эффективно взаимодействовать с ней в киберпространстве.

Литература и источники

1. Степанов, А. И. Современные методы digital-маркетинга в продвижении банковских организаций / А. И. Степанов. // Карельский научный журнал. – 2018. – №2(23). – 124 с.
2. Годин, В. В. Цифровая реклама как инструмент продвижения товара или услуги. Опыт реализации проектов / В. В. Годин, А. Е. Терехова // Е – Менеджмент. – 2019. – №3. – 21 с.
3. Возиянов, Д. Э. Цифровой маркетинг: анализ особенностей, инструментов и проблем его реализации в ритейле цифровой эпохи / Д. Э. Возиянов // Сборник научных работ серии «Экономика», 2022. № 25. – 47 с.
4. Гехаева, П. Т. Применение цифрового маркетинга в современных условиях / П. Т. Гехаева // Вестник Чеченского государственного университета им. А.А. Кадырова. – 2022. – № 4 (48). – 62 с.
5. Бреус, А. В. Реализация маркетинговой стратегии компании в условиях новых возможностей и ограничений / А. В. Бреус // Практический маркетинг. – 2021. – № 9 (295). – 41 с.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Котова О.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 339.138

МАРКЕТПЛЕЙСЫ В РОССИИ

Григорьева Д.В.

Колледж Пятигорского института (филиала)
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»
daragrigoreva276@gmail.com

Аннотация. *Маркетплейсы, как площадки для торговли товаров и услуг, предоставляют удобную возможность как для продавцов, так и для покупателей. Они обеспечивают широкий выбор товаров, конкурентноспособные цены и удобные условия доставки. Благодаря маркетплейсам покупатели могут легко найти и сравнить товары от различных продавцов, выбрать оптимальное предложение и совершить покупку в одном месте. С развитием цифровых технологий и ростом онлайн-торговли маркетплейсы стали одним из самых популярных способов продажи товаров. Они позволяют продавцам быстро и эффективно размещать свои товары перед широкой аудиторией, а покупателям – совершать покупки без необходимости посещения физических магазинов. Это делает процесс покупки более удобным и доступным для любого потребителя. Несмотря на высокую популярность и удобство использования маркетплейсов, стоит помнить о том, что каждый из них имеет свои особенности и правила, с которыми нужно быть ознакомленным как продавцам, так и покупателям. Важно правильно выбрать площадку для продажи товаров, учитывая ее популярность, условия использования и комиссионные сборы. Разумное сочетание между ассортиментом продукции, ценами и качеством*

обслуживания поможет достичь успеха на платформе и привлечь большее количество клиентов.

Ключевые слова: маркетплейс, интернет-магазин, агрегатор, онлайн продажи товаров.

Под таким термином как маркетплейс ИТ-специалисты подразумевают некую виртуальную площадку для торговой деятельности посредством глобальной сети Интернет, которая по своему образу схожа с крупными торговыми центрами, где покупатели могут найти изделия разных брендов, провести сравнительный анализ ценовых категорий и подобрать оптимальный вариант исходя из предпочтений.

Ключевая задача, которая ставится перед маркетплейсами – создание прочной и гибкой связи между всеми субъектами торгово-экономических взаимоотношений, которые максимально упростят бизнес-процессы продажи товаров, их поиска и сортировки для клиентской базы.

Самыми популярными площадками для покупок товаров для россиян являются:

1. Wildberries;
2. OZON;
3. Яндекс.Маркет;
4. AliExpress Россия;
5. СберМегаМаркет.

Каждому из маркетплейсов, представленных ранее, присущи свои ключевые особенности, однако они все объединены единым принципом работы, который выглядит следующим образом:

1. Регистрация продавца на торговой площадке в качестве физического или юридического лица.
2. Заполнение информации касательно реализуемой продукции: создание карточек товаров, добавление фотографий и их описания в личный кабинет продавца.
3. Доставка товаров продавца на складские помещения торговой площадки, либо их хранения на складах самого продавца.
4. Поиск необходимых товаров в каталоге, выбор и оформление покупателем заказа.
5. Доставка к месту выдачи товаров от маркетплейса к покупателям.
6. Перевод вырученных денежных средств от реализации товаров с расчетных счетов маркетплейса к продавцу с учетом агентской комиссии.

Помимо всего прочего, как отмечают специалисты, сотрудничать с торговыми площадками можно и удаленно, не имея при этом офиса либо розничной торговой точки.

Давайте рассмотрим ключевые преимущества и недостатки работы на маркетплейсах для лучшего понимания данной сферы деятельности.

Преимущества:

1. Продавец, который реализует свои материально-товарные ценности, может экономить свои денежные средства на бизнес-процессы создания рекламного контента и развития бизнеса на самых ранних стадиях её построения, так как при активном взаимодействии с торговыми площадками не обязательно иметь свой сайт. Данный фактор свидетельствует о том, что любое как физическое, так и юридическое лицо, могу недорого приобрести товар и сдать его на склады маркетплейса, имея лишь при этом одного бухгалтера, который находится на аутсорсинге, а также создать карточки товаров для своей продукции.

2. Начав активно сотрудничать с торговыми площадками, продавец получает для себя огромную клиентскую базу, которая будет рассматривать его предложения. Такой шаг экономит много ресурсов, которые могли бы быть затрачены на активное продвижение бренда на рынке.

3. Повышение уровня лояльности клиентов к бренду продавца.
4. Повышение среднего чека.

Недостатки:

1. Ценовая конкуренция.
2. Невыгодные условия сотрудничества.
3. Условия работы с продавцами.

4. Виды договоров на продвижение товаров на маркетплейсах предусматривают потерю доступа к своему товару.

5. Отсутствие лояльности к конкретному продавцу.

Так чем же маркетплейс так отличается от интернет-магазина?

Существует несколько основных отличий:

1. Как правило, в интернет-магазине покупателям бывают представлены товары лишь одного продавца, а на маркетплейсе сразу бывает представлена витрина, в котором огромное разнообразие товаров сразу нескольких продавцов.

2. Обычно у интернет-магазина существует еще и розничная торговая точка, куда могут прийти клиенты, посмотреть весь необходимый им перечень товаров, примерить их, купить, а у маркетплейсов в свою очередь существуют лишь только пункты выдачи заказов.

3. Маркетплейсы затрачивают огромное количество своих ресурсов лишь для того, чтобы привлечь покупателей на свои площадки, а интернет-магазины, как часто это бывает, не располагают такими мощностями. Помимо всего прочего, маркетплейсы имеют в своем распоряжении развитую логистическую сеть, которая позволяет её владельцам доставлять клиентам заказы даже в самые отдаленные населенные пункты Российской Федерации.

На сегодняшний день на территории Российской Федерации существует 3 самых крупных игрока торговых площадок:

1. Wildberries. Наиболее популярная и самая крупная российской торговой площадка: количество заказов, которые было реализовано покупателям в 2023 году составило порядка 1,57 млрд (+88,9%), было продано порядка 1,94 млрд товаров, выручка от продаж составила 1,7 трлн рублей. По состоянию на декабрь 2023 года в России активно действовало 27500 пунктов выдачи данной торговой площадки. Изначально Wildberries продвигался в фэшн-направлении, и сегодня товары из этой категории продаются на маркетплейсе лучше всего.

2. Ozon. Вторая по величине торговая площадка, количество реализованных заказов которой за 2023 год составило примерно 468 млн, выручка – 278,3 млрд рублей. С данным маркетплейсом активно сотрудничают более 230 тысяч российских предпринимателей. В 2023 году Ozon показал положительную динамику роста ключевых показателей своей непосредственной деятельности: например, количество заказов за данный отчетный период было увеличено в 2,5 раза благодаря росту активной клиентской базы.

3. Яндекс Маркет. По состоянию на 2023 год в данной торговой площадке зарегистрировано более 45 тысяч активных пользователей. Изначально Яндекс Маркет был лишь агрегатором, т.е. размещал на своих площадках товары, которые продавались на других сайтах. Однако, последние 5 лет организация стала развиваться как полноценный классический маркетплейс.

В сегодняшней экономической действительности маркетплейсы являются самым быстрорастущим каналом распространения товаров. Как отмечают экономисты, данная тенденция будет только активнее развиваться. Именно поэтому, разработчикам данных платформ необходимо более детально прорабатывать и разрабатывать инновационные решения для минимизации рисков, которые могут возникнуть в процессе функционирования данных торговых площадок.

Для успешного «захода» на маркетплейсы нужно внимательно и досконально изучить основные площадки, стоимость услуг и их требования, чтобы избежать огромного количества ошибок, которые могут негативно сказаться на бизнесе.

Литература и источники

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 386 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–16503–6. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/536534>
2. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 383 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–16683–5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/535694>
3. Николаева, М. А. Маркетинг : учебник / М. А. Николаева. – Москва : Дашков и К, 2023. – 364 с. – ISBN 978–5–394–05097–8. – Текст : электронный // Лань : электронно–библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/315923>

Научный руководитель – Читчян Р.К., колледж Пятигорского института (филиала) ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

УДК 339.138

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ ОБ ИМИДЖЕ БРЕНДА БАНКОВСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Деркач А.А.

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»
alina_derkach04@mail.ru

***Аннотация.** В статье анализируются представления студентов об имидже бренда на примере банковских организаций. Автором статьи проведено исследование на данную тему с помощью качественного метода фокус группы. В рамках исследования изучены особенности использования потребителями банковских услуг, проанализировано отношение потребителей к брендам рынка банковских услуг, определены основные факторы, влияющие на имидж брендов банка в представлениях потребителей.*

***Ключевые слова:** имидж бренда, банковские организации, студенческая молодежь, молодые потребители.*

Имидж бренда представляет собой текущее представление потребителей о бренде, уникальный набор ассоциаций в сознании целевых клиентов, набор убеждений о конкретном бренде, восприятие потребителем продукта и общая оценка бренда потребителями [2]. Некоторые зарубежные исследователи для обозначения имиджа бренда используют понятие «ментальная оболочка» каких-либо товаров, услуг или компаний.

Современные компании уделяют особое внимание имиджу бренда, поскольку в условиях высокой конкуренции, характерных современному обществу, узнаваемость, лояльность и отношение к бренду становятся одними из основных факторов конкурентоспособности и успешности компании на рынке [1]. Однако понятие «имидж бренда» является достаточно широким, включая в себя не только внешнюю атрибутику, но и репутацию бренда, основанную на доверии потребителей, взаимоотношении бренда с общественностью и т.д. Сегодня компании нередко уделяют большее внимание внешней атрибутики, вследствие чего не учитываются иные факторы, влияющие на имидж бренда [3].

В 2023 году было проведено исследование имиджа брендов на примере рынка банковских услуг с использованием метода фокус-группы. В исследовании участвовали 10

информантов – студентов НГУЭУ 1–4 курсов (распределение по полу было равным, возраст – 18–23 года).

Первоначально информантам был задан ряд вопросов, направленных на получение данных об использовании банковских услуг. Подавляющее большинство участников исследования (8 человек) пользуются банковскими услугами ежедневно по несколько раз, пятая часть информантов – раз в один–два дня. Наиболее востребованными банковскими услугами для участников исследования оказались следующие:

- оплата услуг (например, транспортных услуг – 10 человек, услуг сферы общественного питания – 9 человек, услуги индустрии красоты – 5 человек);
- оплата покупок онлайн / по СБП (9 человек);
- переводы другим физическим лицам (8 человек);
- оплата услуг связи (Интернет, мобильная связь) (8 человек);
- кредитные продукты (карты – 7 человек, потребительские кредиты – 5 человек, автокредит – 2 человека, ипотека – 1 человек);
- оплата коммунальных платежей (6 человек);
- оплата образовательных услуг (6 человек);
- вклады / сберегательные счета (4 человека).

Участники исследования являются клиентами следующих банков:

- Сбербанк (9 человек);
- Тинькофф (9 человек);
- ВТБ (5 человек);
- Газпромбанк (5 человек);
- Альфа–банк (4 человека);
- Открытие (2 человека);
- Левобережный (1 человек);
- Сельхозбанк (1 человек).

Однако практически все участники исследования (9 человек) утверждают, что не пользуются продуктами всех банков, клиентами которых они являются. Основными банками для участников исследования являются Сбербанк (5 человек) и Тинькофф (5 человек). В качестве ключевых «аргументов» в пользу использования услуг данных банков участники исследования упоминали следующие преимущества банков:

- известность (8 человек);
- широкое распространение среди окружения (7 человек);
- выгодные условия использования карты (7 человек);
- положительная/хорошая репутация (5 человек);
- хороший кэшбэк (5 человек);
- качество работы (5 человек);
- выгодные условия использования кредитных продуктов (4 человека);
- удобный интерфейс приложений (3 человека);
- хорошая служба поддержки (3 человека);
- выгодные условия по вкладам (2 человека);
- доверие со стороны общественности (2 человека);
- сотрудничество со «звездами» (2 человека).

Далее участники исследования в целом выделили ряд аспектов, на которых строится имидж бренда современных банковских организаций. К основным из них информанты отнесли следующее:

- качество предоставляемых услуг (10 человек);
- хорошая репутация (8 человек);
- участие в общественной жизни, благотворительности (8 человек);

- известность (7 человек);
- сотрудничество с другими организациями, брендами (7 человек);
- отсутствие финансовых махинаций (6 человек);
- качественная служба поддержки (5 человек);
- использование продуктов банка окружением (друзья, семья и пр.) (5 человек);
- индивидуальный подход к потребителям (4 человека);
- «прозрачные» условия использования продуктов (4 человека);
- выгодные предложения для потребителей (4 человека);
- «адекватный» маркетинг (ненавязчивая реклама и продвижение услуг, соответствие ценностей банка личным ценностям потребителя и пр.) (3 человека).

Далее участникам исследования был задан ряд вопросов, связанных с конкретными факторами формирования имиджа бренда банков. Согласно ответам информантов, сама деятельность банка и качество оказываемых услуг являются значимыми потребителями факторами, влияющими на имидж брендов банка. Важным фактором формирования имиджа бренда банков также является их участие в общественной жизни. Информанты имеют схожие представления о значимости маркетинговой деятельности в формировании имиджа брендов банка – многие участники исследования высказываются о том, что она имеет значение, особенно в современных условиях, однако «не отдают» ей ведущую роль.

Также в ходе исследования был выявлен ряд аспектов, с которыми сталкивались участники исследования (лично или опосредованно) и которые для них оказали негативное влияние на имидж бренда банков:

- «странные» финансовые операции;
- низкая эффективность банковских служб поддержки;
- низкая эффективность деятельности сотрудников банка;
- недостоверные (неполные) данные в рекламных материалах банка;
- агрессивный маркетинг, чрезмерно навязчивые предложения дополнительных банковских услуг;
- изменение условий использования банковских продуктов без уведомления клиента.

На основании результатов проведенного исследования, можно сделать вывод, что имидж бренда в представлениях потребителей основан на основной деятельности компании, качестве оказываемых услуг и участии в общественной жизни, а не на внешних атрибутах и маркетинговой деятельности. Основными направлениями совершенствования имиджа бренда банковских организаций являются развитие системы управления и менеджмента (анализ удовлетворенности сотрудников трудовой деятельностью, сторонняя оценка эффективности их деятельности, анализ рациональности использования рабочего времени, исследование трудовой мотивации персонала и формирование подходящей системы поощрений и вознаграждения, введение системы санкций за низкие показатели или несоответствие деятельности сотрудников установленным компанией стандартам), повышение лояльности потребителей к бренду (развитие индивидуального маркетинга), проведение маркетинговых исследований на регулярной основе (своевременное получение информации об объеме и тенденциях развития рынка, конкурентов и др.).

Литература и источники

1. Добрица А. О. Феномен бренда в контексте PR–коммуникаций // Научные известия. – 2022. – № 26. – С. 16–20.
2. Дроздова Е. С. Построение системы маркетинговых стратегий предприятия // Социально–экономические явления и процессы. – 2018. – № 5–6. – С. 29–37.
3. Ильина А. И. История создания бренда // Вестник магистратуры. – 2022. – № 11–5 (134). – С. 52–59.

Научный руководитель – канд. социол. наук, доц. Тевлюкова О.Ю., ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»

УДК 339.138

К ВОПРОСУ О СТРОЕНИИ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

Жабарова Е.А.

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет путей сообщения»,
Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал
e.liza.ve.ta00@bk.ru

Аннотация. В современном мире бизнеса, маркетинг становится неотъемлемой составляющей управления. Ключевым элементом подхода менеджмента является комплексное продвижение товаров и услуг для удовлетворения потребностей целевой аудитории. Маркетинг представляет собой обширный процесс адаптации к лучшим рыночным возможностям. Управление маркетингом включает в себя последовательность этапов, которая способствует эффективному принятию управленческих решений в области маркетинга. В этой статье обсуждаются основные принципы, виды, функции и структура современного маркетинга.

Ключевые слова: управление, современный маркетинг, рынок.

Сначала необходимо проанализировать ключевые этапы маркетингового управления, то есть процесс управления. Это критически важный аспект в процессе принятия стратегических решений, направленных на повышение результативности маркетинговой системы в любой компании. Процесс управления маркетингом состоит из:

1. Анализа рыночных возможностей. Это процедура оценки развития фирмы в условиях рынка. Анализ проводится по двум основным аспектам – это определение возможностей и ресурсов;

2. Отбора целевых рынков. Это процесс оценки привлекательности каждого сегмента рынка и выбор одного или нескольких сегментов;

3. Разработки комплекса маркетинга. Это стратегия, которая объединяет разные инструменты и методы маркетинга, с целью достижения максимальных результатов в продвижении продуктов;

4. Претворения в жизнь маркетинговых мероприятий. Это анализ рыночных возможностей.

Компании формируют отделы маркетинга для эффективной реализации маркетинговых задач. Основной их приоритет – обеспечить достижение намеченных маркетинговых целей. Для этого крайне важно осуществлять мониторинг и контроль над маркетинговой деятельностью, чтобы гарантировать успешное выполнение поставленных маркетинговых задач в итоге. Можно выделить три типа маркетингового контроля:

- контроль за исполнением планов;
- контроль прибыльности;
- контроль за исполнением стратегических установок (ревизия маркетинга).

Успех компании в достижении поставленных целей определяется тремя ключевыми аспектами: выбором эффективной стратегии, построением оптимальной организационной структуры и качеством функционирования этой структуры.

Под организационной структурой маркетинговой деятельности понимается система взаимосвязанных подразделений и должностей внутри организации, ответственных за управление и реализацию маркетинговых процессов, инструментов и мероприятий.

Каждый сотрудник маркетингового отдела вовлечен в определенный вид маркетинговой деятельности. Организационная структура маркетинга имеет ключевое значение, поскольку она обеспечивает эффективное претворение в жизнь концепции маркетинга посредством реализации его основных функций:

1. Аналитической функции (исследование рынка, потребителей, конкурентов);
2. Производственной функции (разработка товаров/услуг);
3. Сбытовой функции (продвижение и распространение продуктов);
4. Управленческой функции (планирование, организация, мотивация);
5. Контрольной функции (мониторинг и оценка результатов).

Современный менеджмент имеет ключевые принципы, но для начала нужно разобрать подробнее функции современного менеджмента и его виды. Современный менеджмент представляет собой совокупность современных принципов, методов, средств и форм управления, направленных на повышение эффективности работы организации. Современный менеджмент на данный момент имеет 7 видов [1].

Виды современного менеджмента:

- цифровой (digital) маркетинг;
- маркетинг в социальных сетях (SMM);
- контент–маркетинг;
- видеомаркетинг;
- голосовой маркетинг;
- мессенджер–маркетинг;
- email–маркетинг.

Эффективность управления маркетингом в большей степени зависит от трех основных функций: планирование, организация, контроль. Также есть еще такие функции, как мотивация и координация. К основным функциям современного менеджмента можно отнести:

1. Планирование: оценивает возможности организации, таких как кадровых, финансовых, технологических и т.д.;
2. Организация: следит за выполнением трудовых заданий, которые поставлены руководством компании;
3. Контроль: проведение проверок с целью обнаружения и корректировки проблем;
4. Мотивация: побуждение работников к эффективности трудовой деятельности. Стимулировать организацию можно финансово, так же улучшение условий труда;
5. Координация: устранение отклонений от разработанного плана [2].

Взаимосвязь между планированием, организацией маркетинга и системой контроля представлена на рисунке 1.

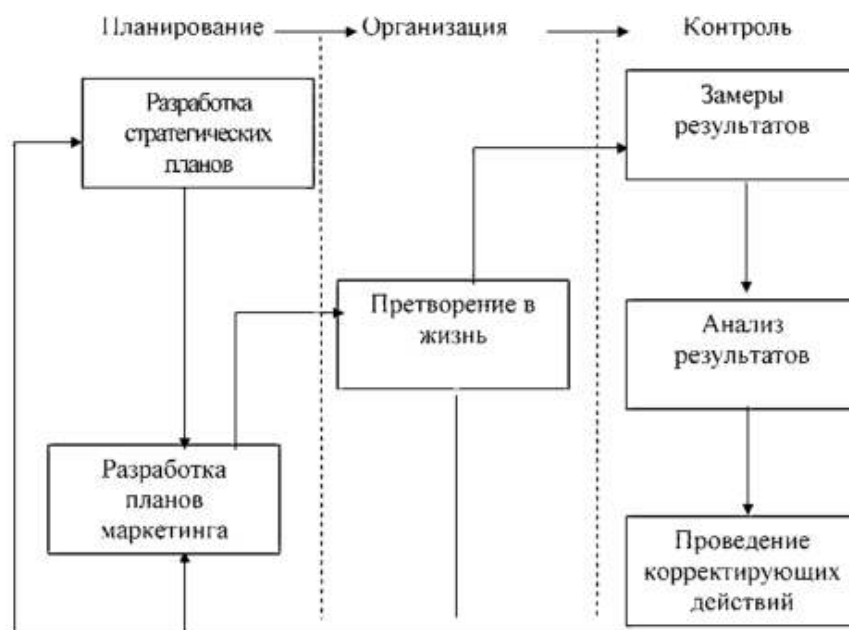


Рисунок 1 – Взаимосвязь между планированием, организации маркетинга и система контроля

После детального рассмотрения различных видов и функций современного менеджмента, обратимся к его структуре. Структура менеджмента играет ключевую роль в эффективной реализации всех управленческих функций, а также сохраняет образовавшиеся горизонтальные и вертикальные связи и разделение способов управления [3].

Различают следующие взаимосвязи в управленческой системе:

1. Линейные – прямое административное подчинение;
2. Функциональные — осуществляются по определённой сфере деятельности и без непосредственного административного подчинения;
3. Линейно–функциональные – единоначалие сосредоточено в руках линейных руководителей, а функциональные органы оказывают им всяческую помощь;
4. Матричные – один исполнитель может подчиняться двум и более вышестоящим должностным лицам;
5. Множественные – происходит объединение различных структур систем менеджмента организации на разных уровнях. [4]

Основная задача высшего руководства и топ–менеджеров компании заключается в выборе и формировании такой организационной структуры, которая максимально соответствовала бы поставленным перед организацией целям и задачам, а также наиболее эффективно учитывала воздействие внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность компании.

В сфере бизнеса маркетинг играет ключевую роль для развития компаний. Правильно разработанная маркетинговая стратегия способствует увеличению продаж и привлечению новых клиентов. Эффективное представление товаров и услуг помогает формировать лояльность к бренду, что, в свою очередь, может привести к возможности установления более высоких цен. Информированность клиентов о бренде значима, и некоторые из них готовы платить больше, осознавая ценность известного бренда. Создание узнаваемого бренда требует предоставления полезной информации потребителям, что влияет на его популярность и признание. В конечном итоге успех и долговечность компании зависят от её репутации и маркетинга, который необходим для её поддержания и развития.

Литература и источники

1. Астрей, А. Современные виды маркетингов // [Электронный ресурс], 25.02.2024. – URL: <https://martrending.ru/kontent/vidy-marketinga> (дата обращения 29.04.2024).
2. Большая Российская энциклопедия // Менеджмент // [Электронный ресурс], 06.09.2022. – URL: <https://bigenc.ru/c/menedzhment-1bbb39> (дата обращения 29.05.2024)
3. Структура системы менеджмента организации распределяет общее управление // Менеджмент качества. – Текст : Электронный // Электронный журнал менеджмент качества : 21.04.2019. – URL: <https://www.iksystems.ru/services/> (дата обращения 29.04.2024).
4. Шульгина, Ю. В. Основные типы связей в системе управления, их влияние на эффективность // Образовательный портал «Справочник». – Дата написания статьи : 21.04.2020. – URL: https://spravochnik.ru/menedzhment/osnovnye_tipy_svyazey_v_sisteme_upravleniya_ih_vliyanie_na_effektivnost/ (дата обращения: 29.04.2024).

Научный руководитель – канд. филос. наук, доц., Галиахметов Р.Н., ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет путей сообщения», Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал

УДК 339.137

СОЗДАНИЕ УСПЕШНОГО БРЕНДА КАК СПОСОБ НЕЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Жидкова М.Н.

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Арзамасский филиал
zhidkovamilena07@gmail.com

***Аннотация.** Данная статья посвящена исследованию роли создания успешного бренда как одного из способов неценовой конкуренции на рынке. Автор рассматривает ключевые этапы брендинга, а также показатель, помогающий определить его эффективность. В статье анализируются методы и стратегии, которые помогают компаниям добиться результативного брендинга. В качестве примера приводится успешный брендинг компании Apple.*

***Ключевые слова:** неценовая конкуренция, бренд, брендинг, конкурентоспособность.*

Брендинг является одним из наиболее актуальных и эффективных способов неценовой конкуренции. Брендинг заключается в долгосрочном процессе создания успешного бренда, а также его дальнейшем развитии и продвижении с использованием различных маркетинговых стратегий [1]. Эффективный брендинг может способствовать увеличению продаж не только конкретного товара, но и других продуктов, связанных с этим брендом. Он также помогает отразить культурные аспекты страны, региона или города, где производится товар.

В настоящее время основные этапы брендинга можно наблюдать в контексте многих компаний, и важно понимать, как эти этапы способствуют формированию успешного бренда.

Так, процесс брендинга включает в себя:

- 1) этап маркетинговых исследований;
- 2) этап разработки брендовой стратегии;
- 3) этап создания брендовой идентичности;
- 4) этап продвижения и медиапланирования бренда;

5) этап создания лояльности к бренду;

6) этап дальнейшего развития бренда.

Первым этапом брендинга можно считать маркетинговые исследования. Производитель изучает уже существующие бренды в отрасли для определения свободных ниш, возможностей дифференциации и создания уникального торгового предложения. Также анализируется сам рынок, действия конкурентов, потребности и предпочтения потребителей.

Второй этап – это разработка брендовой стратегии. Она включает в себя позиционирование бренда, то есть определение ключевых ценностей, которые делают его отличным от других брендов. К тому же, устанавливается цель бренда, его основополагающая концепция. На этой же стадии определяется целевая аудитория.

Далее следует этап создания брендовой идентичности. Разрабатывается название и визуальная атрибутика бренда, то есть логотип, шрифт, цветовая палитра, маскот, дизайн упаковки и другие элементы. В брендинге важную роль играет эстетика, а потому продукты, обладающие привлекательным внешним видом, могут стать символом качества бренда. К тому же, этот этап предполагает выявление стиля коммуникации с аудиторией, который позволяет установить эмоциональную связь с потребителями. Стадия завершается регистрацией торговой марки и созданием брендбука. Брендбук – это специальный документ, представляющий собой своеобразное руководство по поддержанию единого стиля и образа бренда в различных средах. Иными словами, брендбук содержит в себе детальную информацию о бренде, начиная от слогана и заканчивая стандартами сервиса.

Следующий этап является одним из наиболее важных этапов брендинга. Это этап продвижения и медиапланирования бренда. На данной стадии компания разрабатывает различные рекламные кампании и материалы, целью которых является подчеркивание особенностей бренда, его отличительных атрибутов, и, следовательно, привлечение внимания потребителей. Создание запоминающихся кампаний может значительно повысить уровень осведомленности о бренде. Наиболее современные методы продвижения и рекламы бренда – это использование социальных сетей и контент–маркетинг. Контент–маркетинг представляет собой стратегию маркетинга, которая предполагает разработку и распространение качественной, актуальной и ценной информации, не являющейся прямой рекламой, но влияющей на потенциальных клиентов и помогающей формировать их мнение о бренде [2].

Разнообразные методы распространения контента включают в себя использование веб–сайтов, блогов, подкастов, вебинаров, электронных новостных изданий и др. Брендовые веб–сайты предоставляют широкий спектр информации, необходимой для укрепления бренда. Так, обычно они включают в себя:

- корпоративную, товарную и сервисную информацию для представления бренда;
- услуги по поддержке клиентов, включая обратную связь и решение проблем;
- мониторинг и анализ спроса на рынке и реакция на потребности потребителей;
- исследования рынка и определение новых каналов распространения продукции.

Таким образом, контент–маркетинг позволяет создать имидж компании, сформировать положительный образ бренда в глазах аудитории и рассказать о новых товарах или услугах компании, подчеркивая их преимущества и вызывая интерес к предложению.

После активного продвижения наступает этап создания лояльности к бренду, направленный на формирование долгосрочных отношений с клиентами. Он подразумевает введение различных программы лояльности, клубных карт, промокодов, персонализированного сервиса, что повышает приверженность потребителей к данному бренду.

Завершающий этап брендинга – этап дальнейшего развития бренда. Производитель оценивает реакцию аудитории на бренд и эффективность выработанной брендовой стратегии. В ходе анализа выявляются ошибки и недочеты стратегии, которые должны быть скорректированы, а также отмечаются конкурентные преимущества, на которые нужно

обратить особое внимание и развить их до совершенства. Такой анализ позволяет брендовой стратегии обновляться в соответствии с изменениями в отрасли и потребительских предпочтениях, в результате чего бренд продолжает свое существование и эволюционирует.

В качестве примера создания успешного бренда как способа неценовой конкуренции следует привести американскую корпорацию Apple. Эта компания прочно утвердилась как один из главных игроков на рынке технических устройств благодаря своему оригинальному брендингу, который стал неотъемлемой частью ее стратегии неценовой конкуренции. Репутация Apple как инноватора, эстетика ее продуктов и фокус на потребностях потребителей сделали ее одним из самых могущественных брендов в мире.

Существует показатель, помогающий определить эффективность брендинга. Этот показатель называется узнаваемость бренда (Brand awareness), и он помогает определить, сколько потенциальных потребителей знакомы с существованием определенной торговой марки. Данный показатель заключается в способности потенциальных покупателей идентифицировать бренд по его различным характеристикам (например, логотип, название, маскот, фирменные цвета и дизайн упаковки). Существуют два уровня осведомленности: активный (спонтанный) и пассивный (с подсказкой). В случае активного знания, респондент способен самостоятельно перечислить все известные ему марки в определенной товарной категории, в то время как в случае пассивного знания требуется подсказка или напоминание. Этот показатель особенно важен для новых брендов, поскольку у брендов, существующих на рынке давно, обычно уже установлены стабильно высокие показатели знания марки с подсказкой.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что в условиях современного рынка создание успешного бренда представляет собой ключевой способ неценовой конкуренции. Брендинг выполняет несколько функций, помогающих компаниям достичь успеха. Во-первых, он создает запоминающийся образ, позволяя товару выделиться на рынке и отличаться от аналогичных товаров, предлагаемых конкурентами. Во-вторых, брендинг помогает привлечь потребителей и установить с ними эмоциональную связь. Наконец, эффективное использование брендинга способствует выстраиванию долгосрочных отношений с покупателями, то есть увеличению лояльности и доверия, расширению рынка и, следовательно, повышению конкурентоспособности компании. Таким образом, в современном бизнесе создание и развитие сильного бренда является неотъемлемой частью стратегии успеха.

Литература и источники

1. Научно-образовательный портал «Большая российская энциклопедия» [Электронный ресурс]. – URL: <https://bigenc.ru/> (дата обращения 25.04.2024).
2. Жамбалов, Е. Д. Контент-маркетинг: сущность, преимущества и недостатки / Е. Д. Жамбалов, Н. А. Золотарева // Актуальные проблемы авиации и космонавтики : сб. материалов V Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. Дню космонавтики : в 3 т. / под ред. Ю. Ю. Логинова. – Красноярск, 2019. – С. 804–805.
3. Штепа, Ю. И. Брендинг как способ конкуренции / Ю. И. Штепа, Н. Е. Тарасова // Экономика и социум. – 2019. – №4(59). – С.935–939.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.

Научный руководитель – канд. экон. наук, Митрофанова М.Н., ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Арзамасский филиал

УДК 332.1

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ НЕУРБАНИЗИРОВАННЫХ ТЕРРИТОРИЙ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА: ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Жуковский А.Д.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
adzukovskij@fa.ru

Аннотация. Сформированная за последние четыре десятилетия устойчивая негативная динамика большого оттока молодого, креативного и трудоспособного населения из регионов Дальнего Востока в более развитые города–миллионеры является для России сегодня существенным геополитическим и геоэкономическим вызовом. Социально–экономические и демографические факторы, а также стремительный износ социальной инфраструктуры в комплексе представляются значимыми причинами для отъезда молодежи с Дальнего Востока. Это особенно хорошо просматривается в малых городах, посёлках городского типа и сельской местности в целом, где плотность населения является одной из самых низких в мире. Исходя из российской и зарубежной практики, в условиях сегодняшнего дня, наиболее эффективными инструментами преодоления негативных тенденций в развитии отдалённых, неурбанизированных территорий – становится всестороннее применение маркетинговых инструментов преимущественно в онлайн формате, маркетинговое позиционирование территории, её брендинг и создание целевого кинематографа для развития конкретной территории.

Ключевые слова: Дальний Восток, развитие неурбанизированных территорий, маркетинг территорий, социально–экономическое развитие, кинематограф.

Последние десятилетия в 1980–2020 г.г. экономического развития Дальневосточного макрорегиона выдвинули на передний план кардинально новые задачи, связанные с поисками оптимальных научных и экспертных подходов в эффективном управлении развитием обширных территорий и сокращении образовавшихся существенных социально–экономических диспропорций между регионами Дальневосточного макрорегиона связанных прежде всего с межрегиональным социально–экономическим и инфраструктурным логистическим неравенством. Практика развития территорий показывает, что, чем больше и развитее агломерация, даже в условиях обширных территорий Дальнего Востока, тем больше достигается «агломерационный эффект» и реализуется потенциал данной территории становясь точкой притяжения для молодёжи, экономически активного населения и среднего класса в целом. В такие территории государство чаще вкладывает федеральные деньги, идут российские и зарубежные прямые инвестиции, связанные с вложениями в логистику, нефтегазовым сектором, легкой и тяжелой промышленностью, сельским хозяйством, редкоземельными драгоценными металлами, рыбопромышленными отраслями и многими другими. Стоит отметить важный аспект – зачастую, уверенный старт и успешное коммерческое будущее таким социально важным и экономически значимым для регионов инвестиционным проектам даёт именно наличие своевременного позиционирования перед руководством страны и иностранными инвесторами. Среди инструментов такого маркетингового позиционирования можно выделить: Международные экономические форумы (Петербургский международный экономический форум, Восточный экономический форум и др.), различные отраслевые выставки и ярмарки, грамотные PR–компании организованными как правило региональными органами власти совместно с бизнес–структурами федерального и регионального масштаба, активная работа в онлайн пространстве включая даже нестандартные подходы в виде создания содержательного и

красивого интернет контента в формате документальных и художественных фильмов а также сериалов посвященных тому или иному региону и отдельным его муниципалитетам на которые следует обратить внимание потенциальному инвестору. В это же время, в тени остаются зачастую наиболее нуждающиеся в освоении неурбанизированные, слабозаселённые территории и проживающие там креативные предприниматели, которым есть что предложить для потенциальных инвесторов и туристов. Стоит сказать, что на практике зачастую в институциональном и административном плане часто некому на данном этапе сформировать коммерчески ориентированный портрет той или иной территории который будет связан с обобщением и презентацией потенциала природных богатств территории, туристско–рекреационными возможностями, логистическими преимуществами и другими важными направлениями. Именно на данном этапе сегодня для экономического, демографического выживания и развития таких территорий необходим планомерный маркетинг территории, с помощью которого можно понять, как создать, найти, проанализировать и удовлетворить потребности потенциальных инвесторов и проживающего местного населения, как в условиях конкретного региона, так и за его пределами в масштабах всего макрорегиона. В условиях Дальневосточного макрорегиона территориальный маркетинг может являться универсальным инструментом преодоления продолжительной экономической стагнации малых городов, посёлков городского типа и всей сельской местности в целом. Сегодняшний набор территориального маркетинга представляет собой следующие направления: рекламные таргетинговые инструменты (адресная информация о возможностях и предложениях) публикации в социальных сетях, телеграм каналах и СМИ; красивые интернет–страницы); бизнес в формате b2b для продвижения своих интересов; спонсорство (целенаправленные акции по привлечению внимания общества и формированию положительного имиджа территории: поддержка спорта, культуры и искусства, проведение фестивалей, праздников и др.); визиты известных государственных и общественных деятелей, встречи без галстуков, диалоги на равных, презентации; конференции и семинары; выставки, ярмарки, международное сотрудничество; специальные проекты; обслуживание потенциальных инвесторов по принципу единого окна, использование высокопрофессионального персонала; курирование, сопровождение и поддержка стратегических отраслевых инвесторов при личном участии и контроле со стороны глав муниципальных образований и Губернаторов.

Одним из экономически перспективных инструментов территориального маркетинга для Дальнего востока и его обширных неурбанизированных территорий, связанным с необходимостью привлечения капитала и массового туристического потока на основе формирования и демонстрации красивой клиповой картинке территории, является маркетинг имиджа и всевозможное ассоциативное развитие бренда региона. основополагающей системой здесь служат исторические, культурные, природные, традиционно сложившиеся особенности отраслевой специализации региона, а также наличие большого экспортного потенциала. Например, сегодня идёт активное позиционирования и продвижение бренда Камчатского края. Регион исторически связан с вулканами, уникальными природными ландшафтами, рыбной промышленностью, наличием обильной базы полезных ископаемых и сильно недооценённым логистическим потенциалом, связанным с развитием северного морского пути. Всё это – отражается на флаге, гербе и другой официальной символики Камчатского края, а также на упаковке местной продукции, производимой на территории Камчатского края. Все данные предпринимаемые меры, преимущественно сильно выделяют данный регион Дальнего востока по сравнению с другими регионами.

Есть все основания полагать, что при разработке федеральными органами власти стратегических документов, комплексных программ и долгосрочных социально–экономических реформ, направленных на развитие всего Дальневосточного макрорегиона и особенно его слабозаселённых неурбанизированных территорий с последующей реализацией в повседневную жизнь: территориальный маркетинг станет неотъемлемой частью

государственной федеральной и региональной политики пространственного развития страны. Уже сегодня, повсеместное применение точечных инструментов территориального маркетинга играет неопределимую, системообразующую роль в планомерном, грамотном позиционировании территории регионов и муниципалитетов на местах. Он задаёт направления и векторы социально-экономических стратегий и сценарных прогнозов деятельности федеральных, региональных и муниципальных органов власти, населения и бизнеса для всестороннего развития ее экономических, деловых и инвестиционных преимуществ. Важно отметить, что российскому обществу сегодня необходимо принять целую философию, особенно на уровне молодого, подрастающего поколения, что, создание образа региона — это планомерная долгосрочная работа, которая способствует интенсификации процессов развития экономики региона и будет иметь глубокий мультипликационный эффект во всех сферах и отраслях национальной экономики России.

Литература и источники

1. Ляшенко, Е. А. Оценка инновационного развития регионов в условиях структурной трансформации экономики/ Е. А. Ляшенко, А. Д. Жуковский // Федерализм. – 2024. – Т. 29. – № 1 (113). – С. 96–110.
2. Управление реализацией стратегий развития муниципальных образований. Выпуск 52 – М.: МОНФ, 2004. – С.260–271.
3. Черная, И. П. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга / И. П. Черная // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002 – № 4 – С.54.

УДК 339.138

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ И ЛОКАЛИЗАЦИЯ: ТРЕНДЫ

Зданович П.М.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
polina.zdanovich.002@gmail.com

***Аннотация.** Данная научная работа исследует современные тренды в области международного маркетинга и локализации на основе актуальных данных и литературного обзора. Работа фокусируется на изучении влияния глобализации, технологического развития и культурных аспектов на стратегии международного маркетинга. Анализируется влияние этих трендов на компании, занимающиеся международной деятельностью. Особое внимание уделяется использованию технологий и инструментов для адаптации маркетинговых кампаний под различные культуры и рынки.*

***Ключевые слова:** международный маркетинг, локализация, глобализация, технологии, культурные аспекты.*

В современном глобальном бизнесе, где компании все чаще стремятся проникнуть на международные рынки, международный маркетинг и локализация становятся важными факторами успеха. Международный маркетинг представляет собой стратегический подход к продвижению и продаже продуктов и услуг на глобальном уровне, учитывая различия в культуре, языке, поведении потребителей и законодательстве в разных странах. Локализация, в свою очередь, представляет собой процесс адаптации маркетинговых стратегий и материалов под конкретные региональные или национальные рынки. Глобальный маркетинговый ландшафт непрерывно развивается. Технологические достижения, такие как искусственный интеллект и переход к цифровым платформам,

изменили способы взаимодействия бизнеса со своей аудиторией. Бренды и компании, занимающиеся локализацией, вынуждены адаптироваться к эволюции маркетингового ландшафта и использовать новые стратегии для успешного взаимодействия с аудиторией. В последние годы наблюдаются ускоренные изменения в нескольких ключевых аспектах, которые оказывают значительное влияние на глобальные маркетинговые практики. Один из наиболее важных аспектов, изменяющихся в современном маркетинге, – это потребительское поведение. Факторы, такие как пандемия, социальные изменения и проблемы устойчивого развития, вызывают изменения в предпочтениях и поведении потребителей. Рост электронной коммерции является также ключевым аспектом, который меняет ландшафт глобального маркетинга. Пандемия COVID–19 ускорила этот процесс, привлекая все больше потребителей к онлайн–покупкам. Также важное значение приобретают социальные сети, которые сегодня играют роль в формировании мнения потребителей и повышении узнаваемости бренда [1].

Бренды и компании должны быть готовы адаптироваться к этим изменениям и пересматривать свои маркетинговые стратегии, чтобы оставаться актуальными, привлекать целевую аудиторию, устанавливая с ней прочные связи и эффективно продвигать свои продукты и услуги. В 2024 году компании вступают в эпоху, когда технологии, культура и коммуникация пересекаются, чтобы по–новому определить способы взаимодействия с аудиторией. Рассмотрим ключевые глобальные маркетинговые тенденции:

1. Гиперперсонализированная локализация

Язык и локализация играют решающую роль в международной жизни и успешном глобальном маркетинге. Подразумевается не просто прямой перевод слово в слово, а учет лингвистических нюансов. Бренды инвестируют в персонализацию, чтобы достичь нового уровня взаимодействия с целевой аудиторией, включая использование региональных диалектов и культурного контекста, которые резонируют с разнообразной аудиторией потребителей [2].

Примером контента, ориентированного на аудиторию в Великобритании, может служить недавняя наружная реклама Trebor «Own It» на языке брумми (бирмингемский диалект), прославляющая региональные различия и акценты. Эта реклама из Бирмингема обращается к своей аудитории в Мидленде с вопросом: «Почему мы все звучим отлично». Гиперперсонализация позволяет брендам учитывать нюансы в наружной и цифровой рекламах на высоком уровне для связи со своей аудиторией [2].

Однако разные регионы могут иметь особые правила или культурные особенности, которые влияют на маркетинговый контент. Гиперперсонализированный подход к локализации позволяет брендам эффективно решать эти проблемы, избегая потенциальных ловушек и обеспечивая соблюдение местных традиций. Адаптация контента к языковым нормам и предпочтениям каждого отдельного рынка гарантирует, что сообщение бренда будет не только понято, но и глубоко прочувствовано, что способствует появлению чувства связи и доверия. Но существует тонкая грань между созданием глобального голоса бренда (управление узнаваемым и постоянным присутствием во всем мире) и персонализацией текстового и визуального контента на местном уровне, чтобы он находил отклик в конкретных регионах. Опрос, проведенный CSA Research, в котором приняли участие 8709 потребителей из 29 стран, показал, что при выборе между двумя схожими продуктами 76% респондентов выберут тот, информация на котором написана на их языке. В то же время опрос подчеркивает важность глобального присутствия бренда: 69% респондентов заявили, что предпочли бы крупные бренды, которые они знают, а не те, у которых информация представлена на их родном языке.

2. Искусственный интеллект

Искусственный интеллект (ИИ) стал одним из главных трендов международного маркетинга в 2023 году. Он стал повсеместным и кардинально меняет ландшафт глобального маркетинга. Искусственный интеллект был задействован в таких аспектах, как:

предоставление более точных данных о поведении потребителей, автоматизация персонализированных кампаний и улучшение клиентского опыта, предоставляя брендам возможность создавать «ультра-целевые» кампании для конкретных сегментов рынка. В 2024 год станет годом повсеместного внедрения ИИ, так как компании полностью осознают потенциал прогнозной аналитики на основе искусственного интеллекта и начинают применять его на практике. Но несмотря на многочисленные преимущества ИИ, существуют также этические аспекты, связанные с его применением. В отчете Capgemini Research Institute руководители прогнозируют увеличение объема продаж на 8% и увеличение вовлеченности и удовлетворенности клиентов на 9% в результате внедрения генеративного ИИ в ближайшие три года. В 2024 году компании будут стремиться воспользоваться преимуществами, которые могут предложить технологии: управление стратегическими решениями, предложение конкурентных преимуществ, улучшение качества обслуживания клиентов и другие. ИИ станет стратегической необходимостью для устойчивого роста и успеха [2].

3. Дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR)

Дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR) представляют собой технологии, которые имеют значительный потенциал в международном маркетинге. Они обеспечивают возможность создания увлекательного и проработанного повествования о бренде, а также позволяют взаимодействовать с потребителями в новых и инновационных способах. В 2024 году ожидается, что эти технологии будут еще глубже интегрироваться в стратегии маркетинга, открывая новые горизонты для исследования и практического применения. Это не только повышает ценность бренда, но и улучшает уровень обслуживания клиентов, что является важным аспектом конкурентоспособности на международном рынке.

Кроме того, AR и VR могут использоваться для создания уникальных и запоминающихся маркетинговых кампаний. Иммерсивные визуальные и звуковые эффекты позволяют брендам создавать неповторимые и привлекательные сценарии, которые захватывают внимание потребителей и вызывают эмоциональные реакции. Это важно, поскольку исследования показывают, что эмоциональная связь с брендом является сильным фактором, влияющим на поведение потребителей и их долгосрочное отношение к бренду [3].

4. Культурная адаптация: разнообразие, равенство, инклюзивность и принадлежность (DEIB)

Разнообразие, равенство, инклюзивность и принадлежность (DEIB) имеют важное значение и являются частью культурного веяния, развивающегося с большой скоростью. В настоящее время наблюдается сдвиг в сторону более инклюзивного представления в маркетинге, что означает, что бренды непрерывно совершенствуют свои стратегии, чтобы найти отклик у местной аудитории. Например, недавняя кампания Western Union и EbixCash «Khule Dil Wali Diwali», которая углубляется в атмосферу Дивали, фокусируясь на радости дарения и сближая семей и друзей, несмотря на границы и физическое расстояние [2].

Культурная адаптация в 2024 году – это фундаментальная стратегия брендов. Мировые бренды все больше и больше прислушиваются к ценностям, нормам и традициям различных культур и следят за тем, чтобы все аспекты их кампаний вызвали положительный отклик, с минимальными или без потерь при переводе. Хорошо продуманный подход DEIB вызывает эмоциональную реакцию потребителей (были опубликованы многочисленные опросы, демонстрирующие зависимость между эмоциональными связями и более высокой рентабельностью инвестиций), доказывая, что потребители, которые чувствуют эмоциональную связь, имеют более высокую пожизненную ценность, готовы тратить больше и рекомендовать бренд [2].

5. Маркетинг влияния и пользовательский контент (UGC)

Современные потребители стремятся к более искренним отношениям с влиятельными личностями, и это отражается в росте числа инфлюэнсеров, которые имеют более нишевую и

целевую аудиторию. Сотрудничество с такими влиятельными лицами может быть выгодным для брендов, так как способствует созданию глубокой связи с аудиторией и повышению уровня доверия и лояльности. Пользовательский контент (UGC) также является мощным инструментом, который может обеспечить социальное доказательство и вовлеченность. Бренды могут стимулировать своих клиентов создавать контент, проводя интересные конкурсы и соревнования с определенными хэштегами, темами или форматами, и награждая лучшие работы. Партнерство с влиятельными лицами может также помочь расширить охват и вовлеченность. Этот подход способствует формированию повествования о бренде и созданию чувства общности среди потребителей [3].

В современном международном маркетинге постоянное следование языковым, технологическим и культурным тенденциям является неотъемлемой частью успешного бизнеса. Быть в курсе изменений и инноваций позволяет компаниям поддерживать конкурентное преимущество и приспосабливаться к быстро меняющемуся рынку. Адаптированные стратегии, основанные на будущих трендах, позволяют брендам создавать связанные, гибкие и инклюзивные пути для достижения успеха на международном уровне. Все это способствует установлению долгосрочных партнерских отношений, укреплению имиджа бренда и расширению географической охвата. Бизнесы, которые умело внедряют новые тенденции и остаются на шаг впереди, открывают себе возможности для успеха на международной арене.

Литература и источники

1. Антипенко, Н. А. Особенности устойчивого развития бизнес-субъектов в условиях цифровизации экономики Республики Беларусь / Н. А. Антипенко // Бухгалтерский учет и анализ. – 2020. – № 1. – С. 46–50.

2. Интернет-портал «Locaria» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://locaria.com/global-marketing-and-localization-trends-in-2024/> – Дата доступа: 02.05.2024.

3. Интернет-портал «Forbes» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinessdevelopmentcouncil/2023/12/18/10-marketing-trends-that-will-dominate-in-2024/?sh=36d48f835868> – Дата доступа: 02.05.2024.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Антипенко Н.А., Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники; ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Минский филиал

УДК 659.1

ПУШКИН И ЕГО ТВОРЧЕСТВО В СОВРЕМЕННЫХ БРЭНДИНГЕ И РЕКЛАМЕ

Зимакина П.Д.

Филиал Российского государственного института сценических искусств в г. Кемерово – «Сибирская Высшая школа музыкального и театрального искусства»

Аннотация. В статье исследованы примеры использования личности, персонажей и произведений Александра Сергеевича Пушкина в современном маркетинге, рассмотрены классы Международной классификации товаров и услуг, в которых регистрируются имеющие отношение к поэту товарные знаки. Также проведена оценка эффективности использования творчества и фамилии поэта в брендинге отдельных организаций.

Ключевые слова: товарный знак, класс МКТУ, маркетинг, реклама, брендинг.

Александр Сергеевич Пушкин – великий поэт и писатель, который оставил огромный след в мировой литературе и культуре в целом. Его произведения до сих пор вдохновляют многих творцов, однако предприниматели тоже не остаются в стороне от наследия великого поэта и активно используют его имя, произведения и персонажей в бизнесе.

Начнем с того, что имя Александра Сергеевича Пушкина известно настолько широко, что сопровождает нас в повседневной жизни. Так, например, 3088 улиц в мире названы в честь Пушкина, в том числе в Риге, сербском Нови-Саде и македонском Скопье – даже в Эфиопии можно пройти по улице Пушкина; памятники великому поэту были установлены в 40 странах, а всего таких монументов насчитывается более 550.

Перейдем к товарным знакам, которые так или иначе связаны с Пушкиным. Помимо обзора товарных знаков в статье также будет рассмотрено, в каких классах международной классификации товаров и услуг они зарегистрированы.

Международная классификация товаров и услуг (далее – МКТУ) – это общепринятый в рамках Ниццкого соглашения 1957 года перечень товаров и услуг, который используется для регистрации товарных знаков. Смысл использования классов МКТУ заключается в том, чтобы, например, молочный завод мог использовать торговый знак «Ромашка» наравне с детским садом или цветочным магазином, чтобы организации разного целевого назначения не конкурировали в вопросах названия.

Начнем с фамилии поэта. В результате проведения анализа было выявлено, что из-за обилия населенных пунктов, улиц и других достопримечательностей, удостоенных имени А.С. Пушкина, организации, которые там находятся, избирают одноименное название. Также было определено, что чаще всего фамилия поэта регистрируется в 43, 41, 30, 29 классах МКТУ.

43 класс – услуги по обеспечению пищевыми продуктами; обеспечение временного проживания.

В нем зарегистрированы небезызвестные ресторан «Кафе Пушкинъ» и отель «Пушкин», находящиеся в г. Москва.

41 класс – организация культурно-просветительных и досуговых мероприятий, театрализованные представления.

В этом классе зарегистрированы Тверской Фестиваль искусств, посвященный А.С. Пушкину «Тысячелетия проходят – поэзия и музыка остаются», интерактивный музей-театр в г. Пушкин «Сказки Пушкина», а также Пушкинская карта. И она, пожалуй, представляет собой пример наиболее удачного использования образа поэта в брендинге.

30 класс – кондитерские изделия.

Примеры товарных знаков в этом классе: «Сказки Пушкина» от кондитерской фабрики «Красный Октябрь», а также «Пушкинская шоколадная фабрика», расположенная в г. Пушкино.

Стоит отметить, что помимо перечисленных распространенных классов регистрации фамилия Пушкина с недавних пор охватывает практически их все (44 из 45). Это произошло благодаря тому, что в 2018 году аэропорт Шереметьево удостоился имени Пушкина, а поскольку аэропорт охватывает огромное количество направлений деятельности, необходимо было зарегистрировать его новый торговый знак во всех соответствующих классах МКТУ.

Перейдем к персонажам и произведениям А.С. Пушкина. С самым популярным персонажем поэта Евгением Онегиным зачастую связана алкогольная продукция (классы 32 и 33).

Это, например, пиво «Онегин» (32 класс) и водка «Онегин», которая появилась в 185 юбилей одноименного романа. По словам производителей, они пришли к такому названию, стараясь отразить российскую идентичность и при этом не называть продукт такими распространенными наименованиями, как «Березка» или «Озеро». Что касается даты выхода

водки на рынок – это удачный маркетинговый ход, способствующий возникновению интереса у потенциального клиента. Также в юбилейную дату романа вышел еще один вредящий здоровью продукт – лимитированная серия сигар «Онегин».

Что касается более безобидной продукции, то, например, название «Лукоморье» носит экологически чистый отель в г. Кемерово (43 класс), а также натуральная молочная продукция (29 класс). Название, избранное данными производителями и обозначающее некое заповедное место, вполне сочетается с экологичными продуктами и услугами, которые они предоставляют.

Также очень часто образы Пушкина и других русских классиков используют в социальной рекламе. Это, например, агитация к чтению в рекламных кампаниях креативного агентства SLAVA: «Занимайся чтением» (2012) и «Новости от классиков» (2013). Внедрение такого узнаваемого образа, как Пушкин, в социальную рекламу способствует более эффективному привлечению внимания потребителя.

Помимо всего прочего образ А.С. Пушкина используют и в комичном контексте. Так, например, в 2010 году Сергеем Шнуровым в Санкт–Петербурге был открыт бар под названием «Синий Пушкин» с карикатурным изображением писателя.

В завершение хочется отметить, что Александр Сергеевич Пушкин и его наследие – не просто бренд отдельных организаций, но и бренд всей России в целом, очень во многом благодаря которому ее вклад в мировую культуру ценится повсеместно и обретает узнаваемость.

Литература и источники

1. Online patent : электронный ресурс. – URL: Поиск по товарным знакам (onlinepatent.ru) (дата обращения: 05.05.2024).
2. Кунанбаева, И. Реклама и классики / И. Кунанбаева // Sostav. – 2013. – 7 июня. – URL: Реклама и классики (sostav.ru) (дата обращения: 05.05.2024).
3. Анисимова, А. «Ах, Александр Сергеевич, милый!». Пушкин в современной массовой культуре / А. Анисимова // Аргументы и факты : [сайт]. – 2017. – 10 февраля. – URL: «Ах, Александр Сергеевич, милый!». Пушкин в современной массовой культуре | АиФ Оренбург
4. SLAVA превратило классиков в журналистов // Sostav. – 2013. – 4 сентября. – URL: SLAVA превратило классиков в журналистов (sostav.ru) (дата обращения: 05.05.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Дмитриева Н.В., Филиал Российского государственного института сценических искусств в г. Кемерово – «Сибирская Высшая школа музыкального и театрального искусства».

УДК 658.8

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К ПОИСКУ И ПРИВЛЕЧЕНИЮ СОТРУДНИКОВ В ГУФССП

Клячкин Ф.Д., Стратович Е.Д.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
kkklyachkin77@mail.ru

Аннотация. Актуальность данной темы обусловлена кадровым дефицитом в федеральной службе судебных приставов, потребностью данного органа в привлечении

молодых специалистов и высокой текучестью кадров. Целью является определить причины кадрового голода и предложить инструменты для решения данной проблемы.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговый подход, поиск сотрудников, дефицит кадров, молодые специалисты, студенты, ФССП, государственный служащий, государственный орган, бренд.

В современных реалиях в регионах существует дефицит кадров, а особенно на государственной службе. Важно учитывать, что из ВУЗов выпускается огромное количество людей по юридическим и экономическим направлениям, но они не идут работать в ГУФССП. Их останавливает множество факторов, к примеру:

- полная проверка (изучение всех родственников, прохождение полиграфа и медицинского освидетельствования);
- ограничения, связанные с государственной службой (невозможность выезда из страны, постоянная проверка социальных сетей и т.д.);
- низкий уровень доходов госслужащих;
- тяжелые условия труда.

Несмотря на то, что государственная служба предлагает социальные гарантии, такие как различные льготы, гарантированная заработная плата, пенсия по выслуге лет, для молодого поколения такой вариант будущей карьеры все еще не является привлекательным. В семьях, где старшие поколения всю жизнь отработали в государственных органах, часто возникают споры из-за нежелания детей и внуков идти по их стопам. Зачастую аргументы в виде стабильной зарплаты и гарантированной пенсии не вызывают восторга у молодежи. Проблема в том, что с каждым годом жизнь набирает темп, обучение, трудоустройство, заработки, получение информации, все становится доступнее и быстрее. Молодежь не задумывается о том, что будет к их выходу на пенсию, не желает думать о том, что им придется проработать 10-15 лет, чтобы получить повышение. Современному поколению куда важнее жить сейчас, не задумываясь о далеком будущем в мире, где все нестабильно. Поэтому государственным органам стоит сменить риторику на тему привлечения молодых специалистов.

Факторы, отталкивающие от государственной службы, невозможно исключить, но можно сделать так, чтобы условия и возможности, которые предоставляет служба, казались настолько весомыми, что недостатки меркли бы на их фоне.

Для начала необходимо внедрить маркетинговый подход именно к поиску персонала. Любой маркетинг начинается с исследований, в данном случае нам необходимо исследовать рынок труда [1]. Выделим несколько основных этапов:

1. Создание концепции исследования.
2. Сбор и анализ данных.
3. Формирование выводов и рекомендаций.

Результаты исследования позволят определить потребности рынка в целом и кандидатов в частности. Изучить какие сегменты есть на рынке, какие целевые аудитории, по каким признакам их можно выделить, это позволит определить дальнейшую концепцию маркетинга поиска персонала.

Если говорить о ФССП и о их потребности в молодых кадрах, то нужно рассмотреть аудиторию студентов.

Для привлечения студентов можно: более активно ходить в университеты, особенно в апреле, когда 4-5 курсы скоро выпустятся. Ведь будущие выпускники зачастую не знают с чем связать свою дальнейшую жизнь, в данном случае ФССП выступит надежной опорой и обозримым будущим. Опираясь на это, можно создать для службы образ «каменной стены».

В современном мире, где все скоротечно и изменчиво, идея того, чтобы проработать всю свою жизнь на одном месте не является актуальной. Госслужба в обывательском понимании является местом, куда сложно попасть без связей, где придется десятилетия работать, чтобы

получать достойную зарплату, где деятельность скучна и однообразна, где больше ограничений, чем возможностей. Одной из задач для повышения популярности госслужбы у молодых специалистов, будет выстраивание нового образа, необходимо показать, что госслужба может послужить трамплином в светлое будущее.

Имеет смысл выстроить вокруг государственной службы образ надежной опоры именно на старте карьеры. Необходимо дать понять, что государственная служба – это не последнее пристанище, что это отличный вариант, чтобы на время поиска себя и своей сферы интересов, обзавестись стабильностью, опытом, статусом, ведь госслужба дает определенный статус, и принести пользу своей стране.

Итак, первым пунктом в построении маркетингового подхода к поиску и привлечению сотрудников в УФССП будет - создание бренда государственной службы.

Бренд должен транслировать следующие послы:

- социальные гарантии;
- быстрый карьерный рост;
- социальный статус;
- легкий старт карьеры с госслужбой;
- легкое трудоустройство с опытом госслужбы;
- господдержка.

Определившись с концепцией бренда, необходимо подумать о его продвижении, определиться с каналами для коммуникации с целевой аудиторией. В случае студентов наиболее подходящими инструментами будут социальные сети и ивент маркетинг (ярмарки вакансий, конференции и мероприятия).

Запустить рекламную кампанию в социальных сетях на сегодняшний день очень легко, главное лишь правильно подобрать посыл и целевую аудиторию, но для этого существует множество готовых решений, куда интереснее и сложнее убедить аудиторию живую [4].

На данный момент представители ФССП приходят к студентам с целью привлечь новые кадры, подобные практики нужно сохранить, но добавить интерактива в агитацию. К примеру, обсуждая приход в ВУЗ с директором, можно попросить привлечь одного студента. Это нужно для того, чтобы провести «квест»: одному студенту дается карточка «должник», а другим студентам нужно его найти (вариации «поиска» могут быть абсолютно разными, т.е можно привлечь современные технологии - создать приложение с дополненной реальностью, как когда-то очень популярная игра Pokémon Go).

Помимо этого, нужно подарить потенциальным сотрудникам понимание о специфике работы, полезными будут “дни открытых дверей”, когда желающие смогут присутствовать при осуществлении профессиональной деятельности, понаблюдать за тем, как это происходит, задавать вопросы. Это позволит студентам ближе познакомиться с деятельностью ФССП, понять хотят ли они связать свою жизнь с этой профессией или поискать что-то более подходящее.

Более того, данный подход поможет отсеять неопределившихся соискателей, будучи знакомыми непосредственно с рутинной деятельностью органа, устраиваться будут только те, кто действительно готов там работать, что позволит снизить текучесть кадров.

Как и в любом аспекте маркетинговой деятельности, очень важно оценивать эффективность проделанных работ и проведенных мероприятий, это необходимо для того, чтобы вносить правки и корректировки, для повышения эффективности маркетинговой деятельности, что поможет добиться успехов в дальнейшей перспективе.

Таким образом, маркетинговый подход к поиску и привлечению сотрудников в ГУФССП позволит определить целевую аудиторию потенциальных сотрудников, создать положительное впечатление об организации среди потенциальных кандидатов, наладить эффективные методы для привлечения квалифицированных специалистов и снизить текучесть кадров на государственной службе.

Литература и источники

1. Анурин, В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка. Уникальный отечественный опыт / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. – СПб: Питер, 2004. – 269 с. – (Учебник для вузов). – Текст: непосредственный.
2. Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – Электрон. дан. – М.: Дашков и К, 2016. – 440 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com/book/93316> (дата обращения: 18.12.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Кетова, Н. П. Отраслевой маркетинг: стратегии, функции, приоритеты : Учебное пособие для подготовки магистров по направлению «Менеджмент» / Н. П. Кетова – Закрытое акционерное общество "Издательское предприятие "Вузовская книга" (Москва) – Текст : электронный // Электронная библиотека Elibrary [сайт]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29066281>
4. Шемчук, М. А. Барьеры маркетинговых коммуникаций и пути их преодоления / М. А. Шемчук, О. С. Комарчева, В. Г. Шадрин // Техника и технология пищевых производств. – 2023. – Т. 53, № 2. – С. 294-308. – DOI 10.21603/2074-9414-2023-2-2433. – EDN VLDPOJ.

Научный руководитель - канд. эконом. наук, доц. Шемчук М.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 339.138

САМОМАРКЕТИНГ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Кулагина К.С.

МАОУ СОШ №36 г. Кемерово
k.kulagina.2007@mail.ru

***Аннотация.** Данная тема продиктована правилами современной жизни. Понятие «успешный человек» – сегодня социальный феномен. Анализ жизненного пути успешных людей позволил сформулировать приемы самомаркетинга для достижения успеха в профессиональной деятельности.*

***Ключевые слова:** самомаркетинг, цель, самопрезентация, успех.*

Многие счастливые и успешные люди добились успеха в профессиональной деятельности благодаря упорному труду и постоянному движению к поставленной цели. Следовательно, успешная карьера заключается в умении эффективно представить свои личные и профессиональные навыки. Это подразумевает стремление выгодно использовать свои способности в соответствии с условиями, заданными внешней средой, и готовность постоянно адаптироваться к изменяющимся обстоятельствам, двигаясь к своей цели. Эта концепция карьерного роста формирует идею "самомаркетинга" [3].

Понятие "самомаркетинга" еще только начинает становиться осознанным инструментом для успешного профессионального развития. Хотя спонтанные «самомаркетологи» в организациях время от времени встречались всегда. О них обычно говорили: «Они знают, чего хотят» [8].

Суть самомаркетинга заключается в определении своей карьерной цели и разработке плана ее достижения. Этот процесс должен помочь человеку установить свою профессиональную и социальную позицию.

Все принципы, связанные с позиционированием, которые активно используются в современном маркетинге, также применимы к планированию карьеры. Ключевой идеей в данном контексте является понимание того, что невозможно быть всем для всех – в этом ключевая идея позиционирования. Чтобы успешно конкурировать на рынке, необходимо создать себе позицию, которая подчеркивает лишь некоторые, а именно отличительные, конкурентные аспекты личности [9].

Цель самомаркетинга – познание и эффективная реализация себя, определение своих сторон, интересов, склонностей, возможностей и качеств.

Самомаркетинг рассматривает такие вопросы, как:

- реализация человеком своего потенциала, определение его положения в обществе;
- психологические аспекты личности, такие как характер, темперамент;
- образование и воспитание индивидуума, его социальная и культурная адаптация и последующее построение успешной карьеры;
- имидж человека, жизненный цикл «личности как товара»;
- исследование рынка услуг, запросов потребителей и формирование личности, соответствующей этим требованиям.

Это вовсе не полный перечень вопросов, которыми занимается маркетинг личности [2].

Самомаркетинг во многом похож на маркетинг, только в центре внимания маркетинга стоит фирма, а в самомаркетинге основное внимание уделяется индивиду.

Рассмотрим методы самомаркетинга:

1. Письменный самомаркетинг. Умение хорошо писать, как никак важно, потому что это позволяет ясно и чётко выразить свою точку зрения, что, безусловно, производит впечатление.

2. Работа над созданием необходимого имиджа. Имидж — это образ компании или продукта, который закрепляется в сознании аудитории и вызывает определенные ассоциации.

Имидж определяется многими факторами, в том числе тем, как человек выглядит, одевается и разговаривает, ходит и ведет себя.

3. Самомаркетинг один на один. Цель эффективного самомаркетинга заключается в том, чтобы вызывать впечатление уверенного в себе человека перед любым собеседником. Ключевую роль в этом играют умение красиво говорить и правильное выражение мыслей [5].

4. Самомаркетинг во время встречи. Встреча с разными людьми представляет отличную возможность продемонстрировать навыки самомаркетинга [6].

5. Участие в местных бизнес-ассоциациях и клубах. Регулярное посещение встреч в таких организациях помогает расширить связи в деловых кругах и получить информацию о местной бизнес-среде. Участие в конференциях также полезно для получения информации о потенциальных работодателях и конкретной сфере деятельности.

6. Предоставление визитки. Представление визитки является простым и профессиональным способом представить себя кому-либо и оставить осязаемую информацию о себе.

7. Создание портфолио. На начальном этапе карьеры или работы важно создать портфолио – личный архив. Регулярное обновление и использование этого архива помогают повысить конкурентоспособность на рынке труда [4].

Для понимания того насколько подростки сегодня задумываются о своей карьере во взрослой жизни, было проведено анкетирование. Всего было опрошено 109 человек, среди которых были школьники 10 и 11 классов, так как в этом возрасте подростки должны понимать, что такое успех и примерные шаги его достижения.

По результатам анкетирования были выведены следующие суждения: профессиональный успех состоит для большинства опрошенных в постоянной работе и уверенности в стабильном заработке. Почти одинаковыми по количеству ответов оказались высокая

заработная плата и быть свободным и независимым, значит не всем респондентам важно не быть прикреплённым к месту и иметь при этом хороший заработок.

Также важно умение преподнести себя, так как вы представляете собой то, что думаете о себе. Решать сложные профессиональные задачи успешному человеку, конечно, важно, так как его успешность должна говорить о его квалифицированности.

Не маловажно уметь брать инициативу в свои руки и проявлять лидерские качества, чуть больше половины опрошенных считают, что профессиональное образование должно быть, но остальные так не считают, значит есть случаи, когда можно и без него. Имея профессиональное образование у вас конечно будет преимущество, но не всегда люди выбирают профессию отталкиваясь от своего образования, и бывают случаи, когда оно не играет роли, поэтому это в зависимости от ситуации.

Помимо прочего был проведён анализ практики использования и рекомендации по применению технологий самомаркетинга в реализации карьерных целей на примерах пути к успеху состоявшихся людей.

Говард Шульц, управляющий Starbucks Corporation, достиг успеха благодаря стремлению к цели, сильному характеру, трудолюбию, рискованности и элементам самомаркетинга. Его успех можно объяснить следующими факторами:

- Самопрезентация: он проявил лидерские качества, креатив и организаторские способности, став главой компании и примером для стартаперов.
- Упорный труд: привычка к труду с детства помогла ему строить карьеру, несмотря на нищенское происхождение.
- Быть готовым к риску и изменениям: Шульц менял места работы, стремясь к большему, и не боялся рисковать, чтобы достичь успеха.
- Умение найти правильное решение в трудной ситуации: важным моментом было его умение руководить компанией в трудные времена, что помогло Starbucks выжить в кризисные периоды.

Путь Говарда Шульца показывает, что успех достижим для каждого, независимо от происхождения, если есть цели, возможности и стремление к успеху [1].

Одного примера будет мало, поэтому рассмотрим Фёдора Овчинникова – основателя и генерального директора сети ресторанов «Додо Пицца», которая стала одной из самых успешных в России. Как он достиг такого успеха и как мотивировал себя на этом пути?

Фёдор начал с книжного магазина «Сила ума» и благодаря блогу, рассказывая о ходе бизнеса, превратил его в успешный бизнес. С целью продвижения бизнеса он создал блог, где рассказывал о финансовой стороне компании, что привлекло новых клиентов и инвесторов.

Стартовый капитал для нового бизнеса составил 400 тысяч рублей, полученных от продажи книжного магазина. В течение полугода компания «Додо пицца» получила прибыль в миллион рублей, а затем еще 2 миллиона. Фёдор продолжал вести блог, что привлекало клиентов и инвесторов.

Он планировал интегрировать в бизнес интересные решения, такие как доставка пиццы по воздуху, и сдержал свое слово, что привело к дальнейшему успеху.

Фёдор доказал, что для успеха в бизнесе не обязательно обладать многомиллионным состоянием или большими связями, гораздо важнее выгодно себя преподнести и привлечь внимание [10].

Следовательно, для достижения в профессиональной деятельности необходимо понимать, что успешная самопрезентация существенно влияет на карьеру и конкурентоспособность профессионала. Она помогает реализовать индивидуальность, создать уникальность и убедительность в профессиональном общении, что в свою очередь влияет на продуктивность и системность социального взаимодействия в профессиональной сфере [7].

Самопрезентация должна быть подкреплена:

1. Трудолюбием и стремлением к активной деятельности в сложных ситуациях – это ключевые качества успешного предпринимателя.
2. Готовностью к риску и смелостью в осуществлении новых идей, даже если они могут показаться рискованными или непопулярными.
3. Преодолением страха перед кризисными ситуациями и их принятием как вызовы для развития и роста.
4. Развитием навыков коммуникации: умение слушать, задавать вопросы и четко выражать свои мысли.
5. Непрерывным обучением и развитием, слежением за новыми тенденциями и трендами в своей сфере.

Литература и источники

1. Говард Шульц: биография и история успеха Howard Schultz «Президент, главный управляющий Starbucks Corporation» [Электронный ресурс]. – URL: <https://lindeal.com/people/howard-schultz-biografiya-i-istoriya-uspeha>
2. Готовность к самоимиджированию [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gotovnost-k-samoimidzhirovaniyu-buduschih-spetsialistov-po-svyazyam-s-obshchestvennostyu-kak-komponent-professionalnoy-podgotovki>
3. Как достичь успеха [Электронный ресурс]. – URL: <https://manprogress.com/ru/methods/achieving-success.html>
4. Методы самомаркетинга [Электронный ресурс]. – URL: https://studwood.net/2111420/marketing/metody_samomarketinga
5. Методы маркетинговых исследований [Электронный ресурс]. – URL: <https://business-planner.ru/articles/marketing/metody-marketingovyh-issledovaniy.html>
6. Модель эффективного самомаркетинга [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-effektivnogo-samomarketinga/viewer>
7. Особенности и технологии самомаркетинга [Электронный ресурс]. – URL: <https://scienceforum.ru/2019/article/20180107944>
8. Планирование карьеры: основы самомаркетинга [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.inesnet.ru/article/planirovanie-karery-osnovy-samomarketinga/>
9. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга) [Электронный ресурс]. – URL: <https://core.ac.uk/reader/79661240>
10. Фёдор Овчинников: история успеха уникального бизнесмена из России [Электронный ресурс]. – URL: <https://dzen.ru/a/ZIdWjNHJf3DXPQV3>

Научный руководитель – учитель экономики Унцикова Р.Т., МАОУ СОШ №36 г. Кемерово

УДК 339.138

SWOT-АНАЛИЗ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ларицкая В.М.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
laritskaya.vas@yandex.ru

Аннотация. В работе проведен SWOT-анализ компании и предложены направления ее дальнейшего развития.

Ключевые слова: сбытовая политика, SWOT-анализ, каналы сбыта.

Сбытовая политика предприятия – это стратегия и тактика, определяющие способы и методы продвижения продукции или услуг на рынке с целью максимизации продаж и удовлетворения потребностей клиентов. Она описывает основные меры, которые предприятие применяет для реализации своих товаров или услуг, и включает в себя ряд ключевых аспектов:

1. Определение целевой аудитории: анализ потенциальных клиентов, определение их потребностей и предпочтений, разработка сегментации рынка.
2. Каналы сбыта: выбор оптимальных каналов и способов распространения продукции или услуг, включая розничную торговлю, оптовую торговлю, интернет-продажи и другие.
3. Ценообразование: стратегия установления цен на продукцию или услуги, учет конкурентоспособности цен, спроса на рынке и затрат на производство.
4. Продвижение и реклама: разработка маркетинговых кампаний, рекламных акций, участие в выставках и конференциях, применение PR-инструментов.
5. Сервис и обслуживание клиентов: организация обратной связи с клиентами, создание системы поддержки и послепродажного обслуживания, решение проблем и конфликтов.
6. Анализ результатов: оценка эффективности сбытовой политики, корректировка стратегии в соответствии с изменениями на рынке и потребностями клиентов [1].

Сбытовая политика является важным элементом маркетинговой стратегии предприятия и направлена на обеспечение эффективного продвижения продукции или услуг на рынке, увеличение объемов продаж, укрепление позиций на рынке и удовлетворение потребностей клиентов.

Цель проведения SWOT-анализа сбытовой политики заключается в выявлении сильных и слабых сторон сбытовой стратегии предприятия, а также возможностей и угроз, с которыми оно сталкивается в процессе продвижения продукции или услуг на рынке [2].

SWOT-анализ позволяет оценить текущее положение предприятия на рынке и определить ключевые направления для достижения конкурентных преимуществ и увеличения эффективности сбытовой деятельности [3].

В качестве примера произведем SWOT-анализ магазина «Пятерочка». Матрица SWOT-анализа торгового предприятия «Пятерочка» представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Матрица SWOT-анализа магазина «Пятерочка»

Среда	Характеристики	
	Сильные стороны	Слабые стороны
Внутренняя среда	Преимущества	Недостатки
	1	2
	– популярная торговая сеть; – широкий ассортимент продукции; – хорошее местоположение с точки зрения транспортной системы города; – внедрена система стимулирования труда персонала; – лидер рейтинга продуктового ретейла	– неэффективная система лояльности; – неэффективное управление товарными запасами, постоянные перебои с поставками, несоблюдение среднего уровня запасов; – отсутствие системы обучения сотрудников; – неудобная планировка торгового зала, нерациональное размещение торгового оборудования в торговом зале; – износ торгового оборудования
Внешняя среда	1	2
	Возможности	Угрозы

	– снижение закупочных цен; – увеличение спроса.	– высокая конкуренция; – снижение доходов покупателей; – изменение предпочтений покупателей; – увеличение арендной платы
--	--	---

Результаты проведенного SWOT-анализа позволили определить следующие мероприятия по совершенствованию сбытовой политики торгового предприятия:

- изменение условий по карте лояльности «Выручай-карта»;
- разработка системы обучения персонала;
- внедрение программного обеспечения по управлению товарными запасами;
- организация мероприятий по мерчандайзингу;
- приобретение новых видов оборудования;
- снижение издержек обращения.

Таким образом, проведение SWOT-анализа сбытовой политики помогает предприятию лучше понимать свои возможности и ограничения на рынке, определять стратегические приоритеты и разрабатывать эффективные мероприятия для развития и обеспечения конкурентоспособности.

Литература и источники

1. Бахарева, А. С. К вопросу о совершенствовании сбытовой деятельности / А. С. Бахарева. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2022. – № 46 (441). – С. 403-406.
2. Шемчук, М. А. Барьеры маркетинговых коммуникаций и пути их преодоления / М. А. Шемчук, О. С. Комарчева, В. Г. Шадрин // Техника и технология пищевых производств. – 2023. – Т. 53, № 2. – С. 294-308. – DOI 10.21603/2074-9414-2023-2-2433. – EDN VLDPOJ.
3. Шемчук, М. А. OTSW-анализ в контексте оценки конкурентоспособности / М. А. Шемчук, О. В. Секлецова // Теория и практика стратегирования: Тезисы докладов участников III Международной научно-практической конференции, Москва, 25 февраля 2020 года / Под научной редакцией В.Л. Квинта. – Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова" Издательский Дом (типография), 2020. – С. 108-110. – EDN TTJLMQ.

Научный руководитель - канд. экон. наук, доц. Шемчук М.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 339.138

ИНТЕГРАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ SHIVA В СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ

Мазур Д.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

danil_mazur@list.ru

Аннотация. В статье рассматривается эволюция концепций описания мира от VUCA до BANI с точки зрения маркетинга, а также представлена концепция SHIVA. Исследуются аспекты общества, отраженные в элементах SHIVA с точки зрения маркетинга в турбулентной рыночной среде.

Ключевые слова: маркетинг, SHIVA, VUCA, BANI, динамика рынка, поведение потребителей, турбулентная среда, гибкость, инновации, эмпатия.

В постоянно меняющемся мире маркетинга, ученые и практикующие специалисты стремятся адаптироваться к динамичным силам, формирующим поведение потребителей, рыночные тенденции и конкурентную среду и понять их. Не последнее место в этом занимает разработка концептуальных основ, отражающих многогранную природу современной рыночной динамики. Одной из таких концепций, привлечших внимание в последнее время, является SHIVA, предложенная психологом Марком Розиним.

В разное время исследователи предлагали разные концепции, описывающие мир. В данной статье рассмотрим наиболее распространенные на настоящее время. Истоки этих моделей можно отследить еще в 1985 году, когда в своей книге «Лидеры» экономисты Уоррен Беннис и Берт Нанус описали концепцию VUCA–мира [1], которая пришла на смену старому SPOD–миру (устойчивый, предсказуемый, простой, определенный) из-за колоссального развития научно-технологического прогресса. Также на его распространения повлияли экономические и политические кризисы.

Аббревиатура VUCA–мир означает:

- V – Volatility – изменчивость (непостоянство, неустойчивость, волатильность),
- U – Uncertainty – неопределенность,
- C – Complexity – комплексность (сложность),
- A – Ambiguity – неоднозначность (неясность, двусмысленность).

В этих словах описывается по сути возросшая сложность и непредсказуемость мира, в котором уже не выгодно пользоваться только проверенными методами. Упор следует делать на soft skills и креативность [2].

Однако, американский ученый Жаме Кассио убежден, что эпоха VUCA уже прошла. В 2016 году был предложен новый концепт – BANI [3]. Он работает схожим образом: описывает окружающий мир в четырех словах (и дает подсказки, как с ним взаимодействовать):

- B – brittle (хрупкость). Неожиданные кризисные ситуации могут сильно навредить бизнесу или даже разрушить его. Например, внезапные изменения в поведении потребителей, такие как рост онлайн–покупок в связи с пандемией, могут нанести ущерб традиционным розничным сетям.

- A – anxious (беспокойство). Тот факт, что мир непредсказуем, вызывает у людей стресс и беспокойство. Негативная новостная повестка и попытки проанализировать огромное количество противоречивой информации еще больше усиливают тревогу.

- N – nonlinear (нелинейность). В новой реальности нет простых и понятных причинно–следственных связей, потому что все влияет на все. Самое незначительное решение может спровоцировать серьезные непредсказуемые последствия. Например, безобидная на первый взгляд публикация в социальных сетях может стать вирусной и либо повысить узнаваемость бренда, либо запятнать его репутацию. «Культура отмены», распространившаяся на западе – один из частных случаев данного явления [4].

- I – incomprehensible (непостижимость). Чтобы вести бизнес, компаниям приходится анализировать огромные объемы информации в режиме реального времени: от моделей поведения клиентов до тенденций развития рынка. Ситуация меняется слишком быстро, и полностью разобраться в ней невозможно. Как пример, внедрение инструментов автоматизации маркетинга на основе искусственного интеллекта может привести к значительному повышению эффективности, но их долгосрочное влияние на конфиденциальность потребителей и этические соображения остается неопределенным. Многие оценили возможность использования искусственного интеллекта для поиска данных помимо интернета. Тем не менее, разработчики Chat GPT из OpenAI предупреждают, что алгоритм может генерировать недостоверную информацию и даже обманывать [5].

Есть причины полагать, что BANI–мир уже подошел к концу. Концепцию SHIVA в своей статье «Манифест мира Шива» в 2022 году предложил психолог и управляющий партнер «ЭКОПСИ Консалтинг» Марк Розин. Он утверждает, что мир из хрупкого стал

разделенным (Split), простая тревожность превратилась в ужас (Horrible), нелинейность событий привела к невообразимости (Inconceivable). Также теперь необходимо действовать не просто в парадигме непостижимости событий, а в полной беспощадности (Vicious) кризиса, который уничтожит всё на своём пути. Но появляется пятая буква, которой не было в предыдущих аббревиатурах – и это буква A – Arising, возрождение. Человечество живет в переходном периоде: завершается одна эпоха и зарождается новая [6].

Для маркетологов эта концепция представляет как проблемы, так и возможности для навигации в турбулентной рыночной среде. Концепция SHIVA, названная в честь божества разрушения иллюзий, воплощает в себе суть непредсказуемой и хаотичной динамики рынка.

Рассмотрим элементы данной концепции с позиции маркетинга:

1. Разделенный. Традиционные модели и основы становятся “хрупкими” и легко “ломаются”. Это означает, что маркетологам необходимо отказаться от жестких долгосрочных планов и вместо этого сосредоточиться на тактических решениях, адаптированных к настоящему моменту. Методологии гибкого маркетинга приобретают первостепенное значение для быстрого реагирования на изменение поведения потребителей и рыночных условий.

2. Ужасающий. Стресс превращается в оцепенение и страх как среди потребителей, так и среди сотрудников. В ответ компании должны уделять приоритетное внимание благополучию своих сотрудников, предлагая гибкие условия работы и системы поддержки для снижения беспокойства и поддержания производительности. Эмпатические маркетинговые коммуникации, основанные на доверии, открытости и инклюзивности играют важную роль в устранении страхов потребителей и укреплении доверия.

3. Невообразимый. Прогнозирование результатов маркетинговых компаний становится все более сложной задачей в условиях неопределенности. Маркетологи должны использовать процесс принятия решений на основе данных и аналитики в реальном времени, чтобы динамически адаптировать свои стратегии. Гибкость и экспериментирование становятся ключевыми моментами, поскольку маркетологи теперь должны работать в ситуациях, где никакие действия не гарантированно принесут результаты.

4. Беспощадный и возрождающийся. После разрушений, вызванных непредсказуемыми рыночными потрясениями, появится потенциал для возрождения новых возможностей в беспокойных условиях. Эти элементы SHIVA подчеркивают важность сохранения бдительности и адаптивности, готовности использовать появляющиеся возможности и извлекать выгоду из меняющейся динамики рынка. Это требует глубокого понимания поведения потребителей и тенденций рынка, а также готовности к творческому подходу и инновациям при разработке новых продуктов, услуг и маркетинговых стратегий.

В ответ на вызовы, которые диктует концепция SHIVA, необходимо применять адаптивные стратегии, учитывающие изменчивость внешней среды и неопределенность. Краткосрочное планирование, постоянная адаптация к изменяющимся условиям внешней среды, анализ рисков, “осторожные” инновации и укрепление командной синергии становятся необходимыми условиями выживания в современном мире. Кроме того, организации должны уделять приоритетное внимание благополучию и поддержке сотрудников, осознавая психологические последствия постоянных изменений и потрясений.

Концепция SHIVA побуждает переосмыслить свои стратегии и использовать гибкость, ловкость и инклюзивность при навигации в турбулентной среде. Хотя будущее может показаться неопределенным и полным проблем, история показала, что человечество упорствует и адаптируется. Необходимо будет принимать изменения, использовать возможности и прокладывать путь к светлому будущему на постоянно развивающемся рынке.

Таким образом, эволюция этих концепций отражает не только изменения во внешнем мире, но и необходимость в переосмыслении внутренних подходов к организации бизнес-процессов. Адаптация и гибкость, в сочетании с инновационным мышлением становятся

ключевыми факторами успеха на рынке. Следовательно компаниям, при разработке маркетинговой стратегии необходимо учитывать современные концепции, описывающие действительность. Успех в бизнесе зависит от способности организаций эффективно распознавать, интерпретировать и адаптироваться к сложному и динамичному характеру внешней среды, все время совершенствуя подходы к управлению рисками, инновациям и человеческим ресурсам.

Литература и источники

1. VUCA, BANI и SHIVA: буквы, объясняющие мир // АО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/futurology/62866fde9a794701a4c38ae4?from=copy> (дата обращения 09.04.2024).

2. Скрынская О.А. Развитие мягких навыков в условиях vuca–мира / О. А. Скрынская, А. А. Шперх // Наука и школа. – 2022. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-myagkih-navukov-v-usloviyah-vuca-mira> (дата обращения: 08.04.2024).

3. Facing the Age of Chaos // A Medium Corporation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaos-b00687b1f51d> (дата обращения 09.04.2024).

4. Лисица К. Э., Туркулец В. А. «Культура отмены» как форма проявления стигматизации / К. Э. Лисица, В. А. Туркулец // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2022. – №6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-otmeny-kak-forma-proyavleniya-stigmatizatsii> (дата обращения: 08.04.2024).

5. GPT-4's exciting – and ominous – achievements // Tech Xplore [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://techxplore.com/news/2023-03-gpt-excitingand-ominousachievements.html> (дата обращения 09.04.2024).

6. Манифест мира Шива // АО «ЭКОПСИ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ecopsy.ru/insights/shivamir/> (дата обращения 09.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук., доц. Шемчук М.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 339.13

АНАЛИЗ РЫНКА: КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ В ФОРМИРОВАНИИ БИЗНЕС-ПЛАНА

Миронова Е.И.

ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»
liza18092000@mail.ru

Аннотация. Данная статья посвящена анализу рынка, как основе формирования бизнес-плана проекта. В статье рассмотрены основные методы и инструменты рыночного анализа, а также способы их применения в части планирования деятельности организации.

Ключевые слова: бизнес-план, внешняя среда, рынок, анализ.

Бизнес-план является универсальным документом как для нового бизнеса, так и для развивающегося предприятия, поскольку бизнес-план позволяет определить цели и стратегию бизнеса, способствует привлечению финансирования, а также адаптировать

бизнес к изменениям. Также стоит отметить то, что написание бизнес-плана является неотъемлемой составляющей в заполнении грантовой заявки, поскольку при его написании руководитель и/или исследователь, составляющий план, четко определяет цели организации, ее бюджет, планируемые показатели и так далее [1].

Основной составляющей любого бизнес-плана является анализ внешней среды и окружения организации, а именно факторов макросреды и микросреды предприятия. Данный анализ позволяет определить потенциал рынка, изучить конкурентов и понять, какие возможности и угрозы существуют для бизнеса [2].

Анализ внешней среды схематично можно разделить на 4 этапа (рис. 1).



Рисунок 1 – Схема анализа внешней среды предприятия

Анализ макросреды предприятия представляет собой изучение и анализ факторов внешней среды, которые оказывают косвенное воздействие на деятельность организации. Среди таких факторов, как правило, выделяют факторы PEST-матрицы, а именно политические, экономические, социальные (демографические и культурные) и технологические. При анализе данных факторов необходимо рассмотреть показатели за три-пять лет и провести анализ их динамики, что в свою очередь покажет рост или спад рынка и позволит определить направленность влияния данного фактора на бизнес [1].

Анализ перспективности рынка подразумевает определение следующих показателей: емкость рынка, темп роста рынка и потребительский потенциал. Данные показатели в некоторых сферах могут быть собраны с помощью источников вторичной информации: статистические данные, научные публикации, отчеты компаний, СМИ и так далее, но чаще всего исследователю необходимо подсчитать их самостоятельно. Так для расчета емкости рынка необходимо учитывать размер целевой аудитории, норму потребления товара или услуги, а также среднюю стоимость. Темп роста рынка позволяют оценить, насколько рынок перспективен для развития, а также выявить тенденции рынка. Также при подсчете данного показателя желательным будет построение прогноза для планирования деятельности организации наперед. Среди методов, позволяющих построить прогноз, чаще всего применяются: «Дельфи» процедура, «Аналитическое выравнивание по тренду» и «Метод экспоненциального сглаживания». Заключительной частью анализа перспективности рынка является оценка потребительского потенциала. Потребительский потенциал – это способность рынка потреблять товары и услуги. При его расчете важно учитывать число потенциальных потребителей, среднее число покупок в год, а также цену за единицу товара.

При определении всех показателей исследователь может оценить характеристики рынка и принять решение о дальнейшей реализации своей бизнес-идеи [2].

Еще одним важным этапом анализа рынка является анализ потребителей, поскольку он позволяет выявить основные характеристики целевой аудитории, ее мотивы приобретения/потребления товаров и услуг, а также оценить характеристики уже существующей организации и конкурентов. На данном этапе основным инструментом является опрос, но в некоторых сферах использует методы наблюдения, например, в продуктовом ритейле [1].

Заключительным шагом в анализе внешней среды является анализ конкурентов. Анализ конкурентов – это изучение основных характеристик организаций-конкурентов. Предметами такого исследования выступают: ценовая, маркетинговая, ассортиментная политики. Анализ конкурентов достаточно часто может быть частью анализа потребителей, поскольку респонденты могут оценить характеристики компаний-конкурентов. Также при анализе конкурентов прибегают к экспертному опросу. На данном этапе исследователь может выявить сильные стороны и слабые стороны компаний-конкурентов, которые в дальнейшем может взять на вооружение при построении стратегий своей организации [3].

После анализа внешней среды организации необходимо детально описать продукт/услугу, маркетинговую стратегию компании и план маркетинга, производственный, организационный, финансовый планы, анализ рисков, оценка эффективности проекта.

Следует отметить, что результаты, полученные в рамках анализа рынка, применяются в:

- 1) описании компании: результаты анализа рынка позволят определить текущее положение организации на рынке, а также ее сильные и слабые стороны относительно рыночных условий;
- 2) описание продукта/услуги: разработка уникального торгового предложения на основе анализа продуктов конкурентов;
- 3) маркетинговый план: определение целевой аудитории на основе анализа потребителей, выбор каналов продвижения, например, выбор уникальных каналов, которые не используют конкуренты или каналов, набирающих популярность;
- 4) производственный план: определение ресурсов, необходимых для производства продукта или услуги, исходя из потенциального спроса рынка;
- 5) финансовый план: определение расходов на продвижение, объема продаж, исходя из спроса на продукт/услугу [2].

Таким образом, результаты анализа рынка являются основой для разработки основных аспектов бизнес-плана и способствуют грамотному целеполаганию и планированию ключевых показателей организации.

Литература и источники

1. Шаляпина, М. А. Бизнес-планирование. Часть 1 : учебное пособие / М. А. Шаляпина. – Калининград : Издательство БФУ им. И. Канта. 2023. – 37 с.
2. Купцова, Е.В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 435 с.
3. Юрьева, Л.В. Основы стратегического конкурентного анализа : учебное пособие / Л.В. Юрьева. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 52 с.

Научный руководитель – канд. эконом. наук, доц. Пурьжова Л.В., ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта»

УДК 339.138

АНКЕТИРОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ АПТЕК ПО ВОПРОСУ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ДОХОДОВ

Найденов Н.Д., Горбунова Ю.Н., Морозов М.Э., Яборова А.О.

Сыктывкарский медицинский колледж им. И.П. Морозова

ND.Naidenov@mail.ru

Аннотация. В статье описываются результаты анкетирования жителей г. Сыктывкара по вопросу о предпочтениях к покупке дорогих и более эффективных по медицинской эффективности лекарственных препаратов в сравнении с относительно дешевыми, но менее эффективными дженериками. Результаты анкетирования показали, что гипотеза об ограниченной рациональности решений покупателей подтвердилась. Гипотеза, что покупатели с большим доходом предпочитают покупать более дорогие и эффективные препараты не подтвердилась. Отмечено, что в группе покупателей, знающих коми язык, выбор покупателей с большим доходом более рационален.

Ключевые слова: фармацевтический маркетинг; решения о покупке группы покупателей с большим доходом; решения о покупке группы покупателей с меньшим доходом; Сыктывкар, Республика Коми, медицинская эффективность лекарственных средств; дженерики; оригинальные препараты.

Введение

Актуальность темы статьи определяется необходимостью выяснить предпочтения потребителей в зависимости от доходов при покупке дорогих или дешевых лекарственных препаратов. Результаты активирования помогут аптекам лучше планировать свою торговую деятельность. Цель статьи состоит в том, чтобы выявить различия в предпочтениях дифференцированных по доходам групп покупателей к покупке оригинальных и эффективных препаратов и менее дорогих и эффективных дженериков.

Методы исследования: фокус группы, глубинное интервью, опросы, анкетирование, контент-анализ.

Анкетирование проводилось в аптечных пунктах «Здравсити» г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая 53 (ООО «Здравсити»), «Будь здоров», г. Сыктывкар, Октябрьский проспект 141, ООО «Ригла», ул. Пушкина 51, «Апрель», (Апрель, ООО «Аптечный склад», ФК Апрель), «Госаптеки», г.. Сыктывкар, ул. Ленина 49 (ГУП «ГАРК»).

Обзор литературы

В. Е. Ромат. В.В. Толстоног подчеркивают многозначность понятия потребитель, характеризуя его с позиций экономического, социологического, маркетингового и правового подходов [1].

Т.А. Иванова анализирует шесть основных моделей потребительского поведения: рациональная модель; иррациональная модель; модель мотивированного потребителя; модель потребителя-информата; модель зомбированного потребителя; модель этичного потребителя [2].

Е.П. Зотова и М.В. Красностанова провели эксперимент по изучению принятия решений о покупке продуктов онлайн. В лидирующую тройку мотиваторов вошли наличие комментариев от пользователей, удобство навигации и информационное наполнение сайта. Интересным результатом оказалось, что материальный стимул (бонусы) не побуждают потребителя совершить покупку [3].

Т.А. Иванова анализирует шесть основных моделей потребительского поведения: рациональная модель; иррациональная модель; модель мотивированного потребителя;

модель потребителя–информата; модель зомбированного потребителя; модель этичного потребителя [4].

Н.Д. Найденов, ВА.Г. Зайнулин, И.Н. Швецова, А.А. Мустафаев и др. на материалах Республики Коми и г. Сыктывкара исследовали опробовали приемы количественного измерения отношения потребителей к локальной пищевой продукции [5].

В работе Б. Годмана, А. Хилла, С. Симоенса, Г.У. Селке и др. анализируются возможные подходы к ценообразованию на лекарства от рака в Европе [6].

Обзор литературы показывает, что научной литературе происходит накопление знаний о потребительской сфере экономики и выявление закономерностей функционирования этой сферы.

Материалы исследования

Студентами Сыктывкарского медицинского колледжа в начале 2024 г приводилось анкетирование покупателей аптечных пунктов г. Сыктывкара с целью выявления различий в предпочтениях покупателей с относительно большими доходами к покупке более дорогих и более эффективных с медицинской точки зрения лекарственных препаратов в сравнении с решениями покупателей с относительно меньшими доходами. Гипотеза исследования: покупатели с большими доходами будут покупать более дорогие и более эффективные медицинские препараты, а покупатели с меньшими доходами будут покупать лекарственные препараты более дешевые и менее эффективные. Метод исследования: панельные исследования, анкетирование. Анкетирование проводилось в городе Сыктывкаре, выбор аптек – случайный, выбор респондентов – случайный. Ошибка выборки 14,3 %.

Из результатов анкетирования вытекает, что среди респондентов 33% – мужчины, женщины 67 %, возраст от 0 до 20 лет – 10 %, от 21 до 40 лет – 42 %, от 41 до 60 лет – 24 %, свыше 61 года – 24 %. Основную массу респондентов составляют женщины, возрастом от 21 до 40 лет.

Доходы респондентов распределились следующим образом: до 20 тыс. руб. – 10 %, от 20 до 40 тыс. руб. – 40 %, от 41 до 50 тыс. руб. – 23 %, свыше 50 тыс. руб. – 27 %. Таким образом основную массу респондентов составили женщины, возрастом от 21 до 40 лет, с доходом от 20 до 40 тыс. руб.

Дорогие оригинальные препараты предпочитают покупать 37 % респондентов, дешевые – 47 %, БАДы и витамины – 16 %.

Из числа респондентов, получающих доход от 41 до 50 тыс. руб. предпочитают дорогие оригинальные препараты 38 %, дешевые дженерики 31 %, предпочитают БАДы и витамины 13 %.

Гипотеза, что дорогие оригинальные препараты покупают преимущественно респонденты, имеющие наибольший доход, не подтвердилась. Лица с меньшими доходами и лица с большими доходами примерно равномерно распределяют свои средства между дешевыми и дорогими препаратами и БАДами и витаминами. Результаты данного анкетирования позволяют сделать вывод, что спрос лекарственные средства имеет низкую эластичность

Гипотеза, что дорогие оригинальные препараты покупают преимущественно респонденты, имеющие наибольший доход, не подтвердилась. Лица с меньшими доходами и лица с большими доходами примерно равномерно распределяют свои средства между дешевыми и дорогими препаратами и БАДами и витаминами.

Значительное число респондентов не согласны участвовать в дальнейших опросах.

В группе респондентов коми национальности женщин 95 %, мужчин 5 %, в возрасте от 0–20 лет 15,7 %, от 21 до 40 лет – 42,3 %, от 41 до 60 лет 21,0 %, свыше 61 года 21,0%. Доход получали до 20 тысяч рублей 42,1 %, от 21 до 40 тысяч рублей 36,8 %, от 41 до 50 тысяч рублей – 15,7 %, свыше 51 тысячи рублей – 5,5 % респондентов. Предпочитают покупать дорогие оригинальные препараты 33,3 % респондентов, дешевые дженерики – 38,1%, БАДы и витамины 28,6 % от группы респондентов, знающих коми язык.

На вопрос «Считаете ли Вы, что цены на лекарственные препараты завышены?» утвердительно ответили 89,4 % респондентов. На вопрос «Достаточно ли у Вас средств на покупку лекарственных препаратов?», утвердительно ответили 42,1 %, отрицательно 57,9 % респондентов.

В группе покупателей из числа знающих коми язык, с доходом до 40 тысяч рублей 30,0 % предпочитают дорогие оригинальные препараты, 70 % предпочитают покупать дешевые дженерики, в группе покупателей с доходом свыше 40 тысяч рублей предпочитают покупать дешевые дженерики 60,0 % покупателей, дорогие оригинальные препараты и БАДы 40 % покупателей,

Выводы. Гипотеза, что дорогие оригинальные препараты покупают преимущественно респонденты, имеющие наибольший доход, не подтвердилась. Лица с меньшими доходами и лица с большими доходами примерно равномерно распределяют свои средства между дешевыми и дорогими препаратами и БАДами и витаминами. Результаты данного анкетирования позволяют сделать вывод, что спрос на лекарственные средства имеет низкую эластичность. Респонденты в значительной части не желают участвовать в опросах.

Результаты анкетирования позволяют сделать вывод, что спрос на лекарственные средства имеет низкую эластичность. Государственное регулирование фармацевтической деятельности способствует устойчивости оказания медицинской и фармацевтической помощи населению.

Литература и источники

1. Ромат В. Е., Толстоног В.В. Полисемия понятия «потребитель» в сфере защиты потребительских прав//Известия УрГЭУ. – 2014. – № 2(52). – С.81–87
2. Иванова Т.А. Модель потребительского поведения как основа маркетинговой стратегии//Вестник РУДН. Серия: социология. – 2012. – № 2. – С.110–118
3. Зотова Е.П., Красностанова М.В. Принятие покупательского решения в контексте ограниченной рациональности//Практический маркетинг. – 2017. – № 9 (247). – С.9–18.
4. Иванова Т.А. Модель потребительского поведения как основа маркетинговой стратегии//Вестник РУДН. Серия: социология. – 2012. – № 2. – С.110–118.
5. Найденов Н.Д., Зайнулин В.Г, Швецова И.Н., Мустафаев А.А., Найденова Т.А., Новокшонова Е.Н., Зайнулмина С.В. Выявление предпочтений покупателей к пищевой продукции местных производителей (на примере города Сыктывкара). Сыктывкар, ООО «Коми республиканская типография». – 2023. – 123 с.
6. Godman B., Hill A., Simoens S. and others. Potential approaches for the pricing of cancer medicines across Europe to enhance the sustainability of healthcare systems and the implications// Expert Review of Pharmacoeconomics & Outcomes Research. 2021. February.1–12p. DOI: 10.1080/14737167.2021.1884546i. – URL: https://www.researchgate.net/publication/349038461_Potential_approaches_for_the_pricing_of_cancer_medicines_across_Europe_to_enhance_the_sustainability_of_healthcare_systems_and_the_implications (дата обращения 07.05. 2024)

УДК 004.8

ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ И УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ ЧЕРЕЗ ВЕБ-САЙТ: ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Пархимович С.С.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
stefaniya11092002@gmail.com

***Аннотация.** В данной научной работе анализируются тенденции влияния искусственного интеллекта на привлечение и удержание клиентов через веб-сайт на 2024 год. Основываясь на литературном обзоре и экспертных мнениях, работа исследует рост роли технологий и искусственного интеллекта в привлечении и удержании клиентов, увеличение внимания к персонализации и аналитике данных, автоматизацию обслуживания клиентов и оптимизирование пользовательского опыта. Анализируются преимущества использования этих трендов для оптимизации маркетинговых стратегий, взаимоотношения с клиентами и влияния на конкурентоспособность компаний в быстро меняющейся онлайн-среде.*

***Ключевые слова:** веб-сайт, тренды, технологии, искусственный интеллект.*

В современном цифровом мире, где веб-сайты являются важным инструментом любого бизнеса, влияние искусственного интеллекта (ИИ) на привлечение и удержание клиентов через веб-сайт становится все более значимым. Искусственный интеллект предоставляет бизнесам мощные инструменты и возможности по оптимизации и улучшению пользовательского опыта, а также для эффективного взаимодействия с клиентами [1]. От персонализации контента до автоматизации обслуживания клиентов, ИИ открывает новые горизонты для эффективного привлечения и удержания целевой аудитории через веб-сайт.

Об искусственном интеллекте (ИИ) говорят все в мире маркетинга, и не без оснований. По мере развития технологий растет и способность использовать ИИ для улучшения качества привлечения, удержания и обслуживания клиентов. Искусственный интеллект может обеспечить более глубокое понимание клиентов и их потребностей, позволяя создавать более персонализированные и эффективные услуги.

Маркетологи, стремящиеся усовершенствовать свои стратегии и повысить вовлеченность клиентов, должны понимать, какими способами ИИ может улучшить качество обслуживания клиентов. От персонализации до чат-ботов, прогнозной аналитики, голосовой поддержки и анализа настроений – существует множество способов использования искусственного интеллекта для улучшения взаимодействия с клиентами.

Изучение тенденций развития искусственного интеллекта (ИИ) для привлечения клиентов имеет огромное значение для современных компаний. Быстрый прогресс в области ИИ приводит к появлению новых инновационных решений и технологий, которые могут значительно повлиять на способы взаимодействия с клиентами через веб-сайт. Изучение тенденций развития поможет быть в курсе новейших достижений и технологических прорывов. Это позволит компаниям адаптироваться к изменяющимся ожиданиям и потребностям клиентов и вовремя внедрить соответствующие инструменты, и улучшить взаимодействие с клиентами. Рассмотрим, как внедрение искусственного интеллекта может улучшить качество взаимодействия с клиентами:

1. Внедрение искусственного интеллекта для подборки персональных рекомендаций на веб-сайте.

Гиперперсонализация (индивидуальная персонализация), представляет собой маркетинговую стратегию, которая использует искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение для предоставления каждому отдельному клиенту персонализированный и релевантный опыт. В современную цифровую эпоху клиенты ожидают, что бренды будут знать их и их предпочтения. Гиперперсонализация не только соответствует этим ожиданиям, но и обеспечивает многочисленные преимущества как для клиентов, так и для бизнеса [2].

ИИ может анализировать данные о клиентах, чтобы создать целостное представление о каждом клиенте, включая историю его покупок, поведение в Интернете и активность в социальных сетях. Анализируя эти данные, ИИ может давать персонализированные рекомендации по продуктам и услугам, предоставлять целевые предложения и предоставлять индивидуальный контент. Например, Netflix использует искусственный интеллект для персонализации своих рекомендаций на основе истории просмотров каждого пользователя.

А Starbucks использует искусственный интеллект для создания индивидуальных предложений и рекламных акций для каждого клиента на основе его предпочтений и истории покупок. Предоставляя персонализированные предложения и рекомендации, компании могут повысить удовлетворенность и лояльность клиентов

2. Искусственный интеллект при поддержке клиентов через чат-бот.

Чат-боты стали важным инструментом для компаний, стремящихся обеспечить мгновенную поддержку клиентов 24/7. Чат-боты, основанные на искусственном интеллекте (ИИ), могут обрабатывать рутинные запросы, предоставлять релевантную информацию и направлять клиентов на соответствующие ресурсы. Используя чат-ботов, можно улучшить качество обслуживания клиентов, сократить время отклика и сократить расходы на обслуживание.

Например, Domino's Pizza использует чат-бот для обработки заказов и ответов на запросы клиентов, связанные с их меню, доставкой и способами оплаты.

Прежде всего, чат-боты могут обеспечивать поддержку 24/7, позволяя клиентам получать мгновенные ответы на свои запросы независимо от времени суток. Это может повысить удовлетворенность клиентов, поскольку клиентам не нужно долго ждать получения ответов на свои запросы. Кроме того, чат-боты могут выполнять повторяющиеся задачи, освобождая людей-агентов для решения более сложных запросов.

3. Искусственный интеллект в анализе поведения пользователей.

Искусственный интеллект может отслеживать и анализировать такие данные, как клики, прокрутка и количество времени, которое люди проводят на каждой странице. Этот анализ распознавания образов сообщает владельцам сайтов, что нравится пользователям, какие у них проблемы и какие области следует улучшить.

Возьмем, к примеру, датское новостное издание TV 2 Fyn. Благодаря использованию заголовков, сгенерированных искусственным интеллектом, такие страницы продемонстрировали впечатляющий рост количества кликов (CTR) на 59%. С помощью анализа искусственного интеллекта можно определять предпочтения пользователей, а затем вносить изменения в соответствии с ними [2].

4. Анализ настроений: понимание отзывов клиентов и улучшение качества обслуживания

Анализ настроений – это процесс использования алгоритмов искусственного интеллекта для анализа отзывов клиентов с целью получения представления о мнениях, эмоциях и отношении клиентов. Анализируя настроения клиентов, можно получить ценную информацию об опыте ваших клиентов и определить области для улучшения. Анализ настроений – мощный инструмент для улучшения качества обслуживания клиентов, поскольку он поможет лучше понять потребности и предпочтения клиентов.

Анализ настроений на основе искусственного интеллекта можно использовать для анализа отзывов клиентов по целому ряду каналов, включая социальные сети, опросы

клиентов и онлайн–обзоры. Анализируя эту обратную связь, можно определить области для улучшения и принять меры для решения проблем клиентов.

Одним из примеров бизнеса, использующего анализ настроений для улучшения качества обслуживания клиентов, являются отели Hilton. Сеть отелей использует это для анализа отзывов клиентов и обратной связи, чтобы определить области для улучшения. Hilton использует эту обратную связь для внесения изменений в свои услуги и удобства, гарантируя, что они соответствуют потребностям и ожиданиям ее клиентов [2].

5. Улучшение доступности веб-сайта.

Искусственный интеллект может быть ценным инструментом оптимизации доступности веб-сайта, чтобы сделать сайт удобным для всех. С помощью искусственного интеллекта можно получать предложения по повышению доступности сайта [3]

Например, создатель веб–сайтов с искусственным интеллектом от Hostinger может автоматически добавлять альтернативный текст к изображениям, что помогает пользователям с ослабленным зрением понимать, что изображено на изображениях.

Искусственный интеллект также может проводить анализ изображений и видео, а затем генерировать подписи, позволяя пользователям с нарушениями слуха или зрения получить доступ к контенту. [2]

6. Улучшение поисковой оптимизации (SEO) с помощью искусственного интеллекта.

Один из способов, которым искусственный интеллект помогает в SEO, – это обработка естественного языка (NLP). NLP фокусируется на понимании и интерпретации человеческого языка. С помощью NLP алгоритмы искусственного интеллекта могут анализировать шаблоны поиска, намерения пользователей и релевантность контента, чтобы оптимизировать веб–страницы и сделать их более удобными для поисковых систем.

Инструменты SEO на базе искусственного интеллекта могут определять возможности для использования ключевых слов и предлагать идеи для релевантного контента. Искусственный интеллект также может анализировать мета-теги, заголовки и описания. Затем предоставляет рекомендации, чтобы сделать их более привлекательными для поисковых систем.

Кроме того, машинное обучение с помощью искусственного интеллекта может отслеживать и анализировать профили обратных ссылок. Это помогает определить возможности для создания ссылок и повысить авторитет [3].

Внедрение искусственного интеллекта в бизнес-процессы **повысит вовлеченность и лояльность**. Применение искусственного интеллекта сможет обеспечить мгновенную поддержку 24/7, уменьшая потребность в человеческом факторе, снизить затраты, предоставит ценную информацию об отзывах и клиентах, а также поможет веб–сайту стать доступным для всех клиентов.

Поскольку технология искусственного интеллекта продолжает развиваться, у компаний есть еще больше возможностей использовать искусственный интеллект для улучшения качества обслуживания клиентов и получения конкурентных преимуществ в их отраслях. С помощью правильных стратегий и технологий компании могут создать персонализированный и бесперебойный опыт для своих клиентов, что приведет к повышению лояльности клиентов, увеличению доходов и росту.

Литература и источники

1. Антипенко, Н. А. EVA как один из важнейших финансовых показателей эффективности маркетинговых стратегий по привлечению дополнительного капитала в развитие компании / Д. Ю. Бусыгин, Ю. Н. Бусыгин, Н. А. Антипенко // Бухгалтерский учет и анализ. – 2018. – № 1. – С. 39–45.

2. Интернет–портал «Pathmonk» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pathmonk.com/artificial-intelligence-improve-customer-experience/>(дата доступа: 01.05.2024).

3. Интернет–портал «Hostinger» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hostinger.com/tutorials/ai-for-websites> (дата доступа: 20.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Антипенко Н.А., Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники ФГБУВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Минский филиал

УДК 339.138

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ В МАРКЕТИНГЕ

Писаренко А.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

al.pisarenko.04@mail.ru

***Аннотация.** Целью статьи является обзор и анализ современных трендов в маркетинге. В настоящее время происходит быстрое развитие технологий, а также существует большое количество изменений в поведении потребителей, поэтому маркетологи должны тщательно анализировать рынок, постоянно адаптироваться и искать способы привлечения клиентов для приобретения своих товаров или услуг. В статье будут рассмотрены основные тренды маркетинга в современном мире, а также упомянуты известные компании, которые их используют.*

***Ключевые слова:** маркетинг, тренды в маркетинге, цифровые технологии, современный мир, блогеры, сайты, контент, коммуникации, маркетинг в социальных сетях.*

В настоящее время маркетинг является неотъемлемой частью каждой организации. Удержать клиентов и потребителей из-за большого количества предложений и изменений на рынке сложно, поэтому маркетологи должны использовать такие методы и инструменты, которые будут привлекать людей приобретать именно товары их компаний, но при этом услуги или товары ещё должны удовлетворять потребности и запросы клиентов. В данной статье будут рассмотрены основные тренды в маркетинге, которые организации уже используют или будут использовать в своём продвижении.

1. Искусственный интеллект (ИИ) активно входит в деятельность предприятий и компаний, и сможет выполнять задачи сотрудников, это может быть рутинные задачи, которые в дальнейшем будут оказывать влияние на маркетинговую деятельность этих компаний. Алгоритмы могут изучать множество данных о клиентах, чтобы понять, что они хотят. Это позволяет маркетологам создавать персонализированную рекламу и контент для каждого человека. Чат-боты с искусственным интеллектом могут вести дружеские беседы, оказывая помощь клиентам, в рамках прописанных скриптов работы. Чат-боты позволяют персонализировать взаимодействие, при котором предложение к потребителю является адаптивным. Есть примеры использования персонажей, созданных непосредственно ИИ, которые основаны на узнаваемых людях, что, безусловно, привлекает внимание выбранной компанией целевой аудитории. ИИ собирает данные о потребителях и их предпочтения, и точно, через востребованные каналы позволяет компаниям взаимодействовать с конечным потребителем. Развитие технологии позволит специалистам по маркетингу выполнять задачи для предоставления персонализированного контента, который динамически адаптируется к предпочтениям и поведению людей. Важным считается то, что ИИ в первую очередь меняет то, как покупатели осуществляют выбор. Популяризация и функционал платформ основной драйвер изменений поведения потребителей. [1]. Специалистам в области маркетинга

требуется адаптация к существующим цифровым реалиям, поскольку ИИ меняет то, что заставляет людей находить и покупать вещи. Первые данные свидетельствуют о том, что появление инструментов искусственного интеллекта, может незначительно сократить объемы поиска в Google. Хотя Google по-прежнему доминирует с долей рынка более 90%, показатели незначительно снижаются из-за роста интереса к диалоговому ИИ. Достижения в области искусственного интеллекта позволяют оценить наблюдения над человеческими взаимодействиями и их реакциями на что-либо, а также могут преобразовать их в маркетинговую оценку. Платформа ИИ Choosch, использует Vision AI для эффективного поиска видеоданных и распознавания мимики, чтобы понять вовлеченность потребителей. В физических магазинах такая технология может отслеживать реакцию клиентов на брендинг. Таким образом, ИИ может однажды преобразовать субъективные восприятия в жесткую аналитику. ИИ создает более значимое взаимодействие между брендами и потребителями, а это важно для компаний.

2. Интернет-маркетинг популярен в плотном цифровом пространстве. Выделим составляющие интернет – маркетинга: платная реклама, social media marketing, продвижение в социальных сетях; инфлюенс-маркетинг — продвижение у блогеров, знаменитостей; мессенджер-маркетинг — продвижение в приложениях для обмена сообщениями; SEO-продвижение — оптимизация позиций сайта в поисковой выдаче; email-маркетинг — рассылки на электронную почту; веб-аналитика — оценка трафика на сайте и поиск точек роста; контент-маркетинг [2]. Интернет-маркетинг, как инструмент способен расширить границы взаимодействия компаний и предприятий в сегменте B2B и с конечным потребителем в сегменте B2C. Согласно данным, по состоянию на 2024 год социальными сетями в мире пользуются 5,17 миллиарда человек, что эквивалентно 63,82% населения земного шара. Прогнозно к концу 2025 года число пользователей социальных сетей во всем мире достигнет 5,4 миллиарда пользователей. Обычный пользователь социальных сетей взаимодействует с 6,6 платформами социальных сетей. По данным 2024 года в Российской Федерации проживает 144,1 млн. человек, из которых 130,4 млн. активно пользуются интернетом, то есть проникновение сети в стране достигло 90,4%. По состоянию на январь 2024 года число пользователей социальных сетей в России составило 106,0 млн человек, что составляет 73,5% от общего населения. Распространение интернета и смартфонов является главной причиной такого увеличения в использовании социальных сетей. Поэтому компании обязаны использовать интернет-маркетинг для продвижения и распространения своих брендов. Интернет-маркетинг является одним из инструментов по продвижению деятельности компании на рынке, здесь мы говорим, про имидж компании и взаимодействие с целевой аудиторией. Если человек заинтересовался покупкой какого-либо товара, то он начинает читать отзывы в интернете, знакомиться с социальными сетями этой компании, читать всю информацию, которая есть об этом бренде, поэтому организации в своих социальных сетях должны иметь такой контент, который подходит их целевой аудитории, должны использовать инструменты для «прогрева» её к покупке именно их товаров. Реклама и рассылки также необходимы компаниям. Важно отметить крупных игроков таких как: Яндекс, Вконтакте, Telegram, которые используют и интегрировали в свою работы рекламные площадки. Рекламные места ориентированы на такие показатели как строка выдачи и основаны на целевых действиях (запросы интересы). В итоге в ближайшем будущем данный тренд будет расширяться и останется популярным.

3. Персонализация – стратегия, которую компании используют для адаптации своей коммуникации с каждым клиентом индивидуально на основе его предпочтений и поведения. Этот тренд предполагает анализировать данные о клиентах для предоставления более актуальных сообщений, рекомендаций по продуктам и услугам, улучшения качества обслуживания клиентов и повышения их вовлеченности. Маркетинговая стратегия основанная на персонализации основана на следующих критериях: сравнительный анализ функционала платформ, основанное удовлетворении целей работы компании; внедрение

персонализированного маркетингового решения довольно простое - требуется несколько строк кода на веб-страницах организаций, как только код будет добавлен на веб-сайт компании, она сможет начать собирать данные, включая клики, время пребывания на сайте, количество брошенных корзин, историю покупок; сбор данных, создание аналитических возможностей и разработка адаптируемых веб-сайтов - все это является неотъемлемой частью для организации с персонализацией, но наибольшую ценность эти процессы приобретают при полной синхронизации друг с другом. Приведем пример: маркетологи используют персонализацию для улучшения своих кампаний по электронной почте. Благодаря персонализированному маркетингу специалисты в этой области и смежных областях могут генерировать и отправлять персонализированные сообщения, например, по электронной почте, как индивидуальные, так и по сегментам. Таким образом, при использовании тренда персонализации клиенты с большей вероятностью будут получать удовольствие, и ценить сообщения, соответствующие их интересам и требованиям так, персонализация может улучшить качество обслуживания клиентов.

4. Использование голосовых интерфейсов и устройств является значимым трендом маркетинга в настоящее время. Развитие голосовых помощников и умных устройств становится всё более популярным, поэтому компании внедряют их для общения со своей аудиторией, клиентами, предлагая им поисковые голосовые запросы, а также оповещения и индивидуальный контент через голосовые устройства. Голосовой поиск взаимодействует с различными умными устройствами. Бренды встраивают свои продукты и услуги в экосистемы умных устройств, чтобы быть более доступными для голосового поиска. Также для голосового помощника составляется специальный контент, который включает в себя формирование ответов на наиболее частые запросы потребителей. Одним из самых известных в России в настоящее время является голосовой ассистент «Алиса», созданный Яндексом. «Алиса» может запускать программы, находить информацию в интернете и решать повседневные задачи пользователей [3]. Яндекс использует «Алису» в своих приложениях и умных устройствах, например, в умной колонке. В 2017 году компания Ford стала первой автомобильной компанией, которая интегрировала в автомобили голосового помощника Amazon Alexa. При наличии устройств с поддержкой такой технологии водители могут, находясь дома, разблокировать или заблокировать двери машины, завести двигатель, узнать уровень топлива или заряд батареи. В итоге компании с различными сферами деятельности могут использовать и внедрять голосовые интерфейсы и устройства в свою продукцию, а также автоматизировать отдельные процессы для эффективности работы организации.

Таким образом, в современном мире существует большое количество трендов в маркетинге, рассмотрено 4 из них, используя их, у компаний существуют уникальные возможности для глубокого взаимодействия с аудиторией, а также удовлетворение всех потребностей и запросов своих клиентов. В современном маркетинге компании постоянно должны следовать трендам, чтобы отличаться от своих конкурентов, иметь свою ценность, а именно также создавать длительные отношения со своими клиентами и со своей аудиторией.

Литература и источники

1. ARTIFICIAL INTELLIGENCE [Электронный ресурс].- https://futuretodayinstitute.com/wp-content/uploads/2024/03/TR2024_Artificial-Intelligence_FINAL_LINKED.pdf
2. Интернет-маркетинг: что это такое [Электронный ресурс].- <https://elama.ru/blog/internet-marketing-osnovy/>
3. Голосовые помощники в маркетинге [Электронный ресурс]. - <https://vc.ru/future/31023-golosovye-pomoshchniki-v-marketinge>
4. Тренды интернет-маркетинга в 2024 году [Электронный ресурс].- <https://mwi.me/blog/trendy-internet-marketinga-v-2024-godu/>

5. Social Media Users 2024 [Электронный ресурс]. - <https://www.demandsage.com/social-media-users/>
6. Диджитал рынок в мире 2024 [Электронный ресурс]. - <https://www.byyd.me/ru/blog/2024/02/digital-2024-datareportal/>
7. Зотов Н.Е. Актуальные тренды персонализации в маркетинге [Электронный ресурс].- <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-trendy-ispolzovaniya-personalizatsii-v-marketinge>
8. What Is Personalized Marketing? Strategy, Examples & Trends [Электронный ресурс].- <https://emarsys.com/learn/blog/what-is-personalized-marketing/>
9. Современный маркетинг: тенденции и инструменты [Электронный ресурс].- <https://mwi.me/blog/sovremennyu-marketing/>
10. 2024 tech trends report [Электронный ресурс].- https://futuretodayinstitute.com/wp-content/uploads/2024/03/TR2024_Full-Report_FINAL_LINKED.pdf

Научный руководитель – старший преподаватель Завьялова Е.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 339.138

ИССЛЕДОВАНИЕ НЕКОММЕРЧЕСКОГО СЕКТОРА «ИНДУСТРИИ» РАЗВИТИЯ SOFT-SKILLS ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ И СТУДЕНТОВ

Романова Д.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
dararomanova00@gmail.com

***Аннотация.** В статье рассматривается «индустрия» развития гибких, надпрофессиональных навыков (soft-skills) как часть рынка образовательных продуктов. Особое внимание уделено исследованию некоммерческого сектора этой части рынка, на примере развития речевых навыков. Выявлен разрыв между предложением таких образовательных продуктов и спросом на гибкие навыки со стороны работодателей, а также выявлены основные плюсы и минусы некоммерческих курсов и школ по развитию речевых навыков; сформулирована концепция некоммерческого проекта дебат-клуба. некоммерческий маркетинг*

В современном мире умение грамотно общаться становится одним из главных в жизни человека. Владение этим умением позволяет лучше реализоваться в жизни и профессии. Человек развивает свои soft skills (надпрофессиональные, гибкие или мягкие навыки) на протяжении всей жизни, начиная с общения с другими детьми, продолжая курсами и школами делового общения в зрелом возрасте. Согласно аналитике [1] спрос на soft skills или мягкие навыки будущего (технологические, социальные, эмоциональные и высшие когнитивные навыки) к 2030 году сильно возрастет со стороны работодателей (средний рост потребности в таких навыках составит 25%). Особенную актуальность приобретают некоторые из гибких навыков: саморазвитие, коммуникативная практика, стрессоустойчивость и эмоциональный интеллект. Но все эти умения могут и не понадобиться, если человек не умеет правильно выражать свои мысли.

Недостаточные речевые навыки - бич современного общества. Общение в интернете размыло все правила речевой коммуникации: появились «модные» аббревиатуры, сокращающие слова и понятия. Общение через мессенджеры и социальные сети позволяет

общаться, не задействуя речевой аппарат. Молодежь общается словами-паразитами, англицизмами, сленговыми и исковерканными словами. Можно выделить специфические особенности современной коммуникации в молодежной среде [2, с. 147]:

- Игнорирование чужого мнения;
- Обесценивание чужого опыта;
- Гедонизм (преобладание интереса к развлечениям; соответственно, информация воспринимается через эту призму);
- Размытие персональных жизненных ориентиров;
- Частая смена интересов;
- Нечеткая жизненная позиция.

Существует множество образовательных ресурсов, способных это исправить. Если говорить о нашем регионе, то для школьников и молодежи есть как онлайн, так и офлайн курсы и школы. Существенное место занимает EdTech-рынок [3], [4]. Такие компании, как Skillbox, Нетология и другие, позволяют своим студентам обучаться любым навыкам дистанционно на коммерческой основе (маркетинг, иностранный язык, управление, SMM, речевые практики и др.). Необходимо отметить, что в структуре курсов развитие soft skills, и, в частности, развитие речевых навыков, занимает гораздо меньшую долю, и растет более медленными темпами, чем курсы с другой тематикой, например, языковые курсы, детское образование (репетиторство, подготовка к ЕГЭ), IT- направления, дизайн и пр.. Таким образом, существует разрыв между спросом на soft skills со стороны работодателей и предложением различных образовательных ресурсов, которые развивают эти навыки. Тем не менее, эксперты отмечают, что в 2024-2025 годах сегмент курсов EdTech по развитию soft skills будет расти, в основном за счет детского сегмента, где пока низкая конкуренция [4]. Можно сказать, что развитие гибких навыков в виде образовательного ресурса только начинает приобретать популярность среди молодежи и школьников.

Если говорить о коммерческих офлайн-ресурсах для развития гибких навыков (в частности, речевых), то в Кузбассе к таким можно отнести школы журналистики и риторики, театральные курсы и школы. Например: Школа тележурналистики Ирины Чичендаевой [5] - единственная такого рода в Кемеровской области, в которой готовят не только телеведущих или корреспондентов, но и блогеров. Также там занимаются те, кому важно развить дикцию и научиться выступать перед большой аудиторией.

Альтернативой коммерческим образовательным и развивающим продуктам могут служить учебные дисциплины, направленные на развитие гибких навыков, в школах и образовательных организациях среднего профессионального и высшего образования (уроки риторики в начальной и средней школе, дисциплины в вузах: социальная психология, деловые коммуникации, основы управления карьерой и пр.).

Еще одной некоммерческой альтернативой платным курсам и школам по развитию речевых навыков являются школы искусств (муниципальные образовательные учреждения дополнительного образования), бесплатные театральные студии и т.д. Театральные студии - это занятия на художественное слово, развитие памяти, сценическое движение, что также способствует развитию речевых навыков, памяти. Погружение в разные роли снимает стеснение, пропадает страх публичного выступления, появляется умение контролировать свои эмоции и мимику.

Также в Кемеровской области-Кузбассе существуют общественные некоммерческие проекты и организации, деятельность которых способствует развитию soft-skills у участников. В Кузбассе примерами таких проектов являются: общественно-политическое и общественное движение "МГЕР" и Российское движение детей и молодежи «Движение первых» [6]. Активная работа в составе этих движений подразумевает постоянные публичные выступления на защите проектов, оглашения повестки на заседаниях, составление своей визитки, общение с другими участниками и пр. Эта практика помогает молодому человеку привыкнуть к постоянному вниманию.

Примером некоммерческого проекта общественных молодежных организаций, которые направлены, в том числе, на развитие речевых навыков, является дебат-клуб «Глаголь» (проект Молодежного парламента Кузбасса). Суть проекта: дебаты - эффективный инструмент развития навыков современной молодежи. Благодаря дебатам, участники получают возможность структурированно и конструктивно обмениваться мыслями, проводить прения, учатся смотреть на одни и те же вопросы с разных сторон, понимать и уважать чужое мнение. В качестве тем для игр-дебатов берут реальные законопроекты, которые в разное время предлагались как депутатами, так и общественниками. К каждой игре участники готовят предисловие, где рассказывают о сути предлагаемого законопроекта, кто и в какое время его предложил.

Далее командам предлагается представить себя в роли депутатов, которым необходимо отстаивать этот законопроект, или, напротив, дискредитировать его. После выступления команд озвучиваются аргументы, которые в реальной жизни использовали стороны для принятия или отклонения закона. На примере дебат-клуба «Глаголь» можно выделить, наряду с плюсами, и слабые стороны, например: повторяющиеся темы, отсутствие трендовых тем; освоение речевых практик проводится на любительском уровне, без привлечения профессионалов; ограниченное продвижение такого формата среди узкого круга молодежи; бесплатная основа снижает ценность проекта для участников. Тем не менее, такого рода проекты могут рассматриваться в качестве бесплатной альтернативы коммерческим образовательным продуктам. Рассматривая развитие подобных проектов с точки зрения некоммерческого маркетинга, можно предложить: усиление маркетинговой активности в социальных сетях, активизацию сотрудничества с образовательными учреждениями с использованием игр, тренингов; выход в бизнес – сегмент (также через игры и тренинги); участие в общественных мероприятиях.

Проведенное исследование позволило сформулировать концепцию собственного авторского проекта, который может быть создан на базе высшего учебного заведения (например, КемГУ): дебат-клуб «Соколати», который представляет собой площадку для развития делового общения, в частности, речевых практик, гибкости собственных убеждений и мнений через игры-дебаты. Готовясь к игре, участник должен будет хорошо ознакомиться с материалом. Глубокий анализ общественно важных тем позволит игроку развивать критическое мышление, кругозор. Участвуя в играх, можно развивать умение аргументировать свою позицию, задавать емкие и краткие вопросы, поставить речь и сформировать навыки публичного выступления. Одним из преимуществ дебат – клуба должно являться взаимодействие с профессиональными спикерами, общественными деятелями, что будет способствовать нетворкингу и развитию профессиональных связей молодых людей. Перспективы развития данного проекта: участие в грантах (например, гранты Росмолодежи), студенческих акселераторах; участие в тематических чемпионатах (например, чемпионат мира по университетским дебатам (WUDC), коммерческий турнир от BESMART, Всероссийская лига дебатов и пр.); создание информационного ресурса и превращение проекта со временем в образовательный продукт, путем создания информационной базы для обучения.

Таким образом, в условиях нестабильного спроса со стороны потребителей в коммерческом секторе (более высокая востребованность IT-курсов, языковых курсов, подготовки к ЕГЭ, по сравнению с курсами по развитию soft-skills) и, с другой стороны, высокой востребованности надпрофессиональных навыков у работодателей, некоммерческий сектор имеет большие перспективы. При наличии государственной поддержки этот сектор будет развиваться, что благоприятно скажется на качестве человеческого капитала, в том числе в регионе, и на развитии мягких навыков молодежи (школьников и студентов).

Литература и источники

1. Исследование McKinsey Global Institute «Skill shift: Automation and the future of the workforce» («Смена навыков: Автоматизация и будущее рабочей силы»). – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/skill-shift-automation-and-the-future-of-the-workforce>
2. Осипов, А. Н. Проблемы и перспективы межличностных коммуникаций в молодежной среде/А. Н.Осипов// Современные социальные и экономические процессы: проблемы, тенденции, перспективы регионального развития. – 2023. – №1. – с. 146-148
3. Исследования рынка онлайн-образования 2022 // Нетология: сайт. – Режим доступа: https://netology.ru/edtech_research_2022
4. EdTechs.ru: аналитический портал. – Режим доступа: <https://edtechs.ru/>
5. Школа тележурналистики Ирины Чичендаевой. – Режим доступа: <https://vk.com/tvshkola42>
6. РДДМ «Движение первых»: официальный сайт. – Режим доступа: <https://будьвдвижении.рф/>

Научный руководитель – старший преподаватель Лысенко Е.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 339.138

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА КОММУНИКАТИВНЫЕ НАВЫКИ ПОДРОСТКОВ

Сямонова Д.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
dariasyamonova1420@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассмотрены: понятие коммуникации, ее формы и виды, история возникновения и возможности развития коммуникации в социальных сетях, анализ анкетирования и выявление приемов воздействия социальных сетей на коммуникативные навыки подростков.

Ключевые слова: коммуникативные навыки, социальные сети, влияние.

Актуальность. Навыки общения являются неотъемлемой частью жизни человека и используются ежедневно, как лицом к лицу, так и в различных социальных сетях. Устроиться на работу, прогуляться с друзьями, сходить на свидание или достичь жизненных целей было бы невозможно без навыков общения. Развитие и дальнейшее совершенствование коммуникативных навыков особенно важно для подростков.

Проявление коммуникации заключается в обмене информацией между людьми. Как правило, коммуникация делится на вербальное общение и невербальное. Первое в свою очередь – самовыражение в словах, второе – языком телодвижений.

Для удобного обмена информацией выделяют несколько средств связи: IP–телефония (разговоры по телефону и пр.), e–mail (электронный вид писем; их отправка получателю с файлами; текстом и т.д.), внутренний чат (кроссплатформенная система быстрого обмена сообщениями), видеоконференции (проведение онлайн–занятий, –собеседований и пр.), SMS и SMS–рассылки (сообщения–оповещение о погоде; о скидках).

Также коммуникацию разделяют на несколько видов, главные из них: коллективная и индивидуальная коммуникации. Коллективная (коллектив – группа людей), то есть общение

в кругу людей и индивидуальная (от англ. Individual – частный, личный), а именно диалог между двумя персонами.

Зарождение социальных сетей началось в 1995 году с сайта "Classmates.com", где могли общаться одноклассники. Это привело к созданию "SixDegrees.com" в 1997 году, "LinkedIn" в 2003 году и "Facebook" в 2004 году, который сейчас насчитывает около миллиарда пользователей. Социальные сети "Твиттер" и "Контакт" появились в 2006 году, за ними последовали "Инстаграм" и "Гугл". Эти сети сыграли значительную роль в улучшении коммуникации и сформировали ресурсы, которыми мы пользуемся сегодня. С самого раннего возраста дети тянутся к общению, а социальные сети облегчили им общение с другими людьми. Благодаря социальным сетям дети и подростки развивают навыки общения, расширяют круг своих интересов и узнают что-то новое. Однако влияние социальных сетей на общество является предметом постоянных споров.

Возможно ли усовершенствовать свои коммуникативные навыки? Для достижения этого, присоединяясь к онлайн-сообществу такие, как: «VK мессенджер», «В контакте», «Telegram» и др., можно узнать много людей, причем, найти собеседников со схожими интересами и деятельностью, обрести надежного друга. Также, подростки также способны начать самостоятельно изучать иностранные языки, интересуясь материалом разных видов публичных развивающих каналов, например, «Инглекс», онлайн курсы иностранных языков «Скилбокс». К примеру, можно подтянуть свой уровень языка, используя онлайн-сообщества, в дальнейшем начать общаться, практиковаться с носителями языка. Особенно часто на практике улучшения навыков общения можно воспользоваться социальными чатами. Например, сообщества по подготовке к предшествующим экзаменам.

Вероятно, именно там профессионалы консультируют и поддержат любую заинтересованность подростков.

В подтверждение сделанных суждений был проведено анкетирование, в котором респонденты (их составило 28 человек) поделились частью своей ежедневной рутины.

В анкетировании выяснилось, что большинство из опрошенных проводят больше 2х часов экранного времени, перезваниваясь друг с другом, играя в телефонные игры, используя при этом разные виды социальных сетей. Это 71,4%. Что касается остальных, 25% – около 2х часов и люди с результатом «меньше 1 часа» – 3,6%.

Самым популярным среди подростков стал «Telegram» – 92,2%. Им в последнее время пользуются практически все подростки: создают телеграмм-каналы, следят за публичными сообществами, просто переписываются. На втором месте «Вконтакте» с результатом – 71,4%, на третьем «Tik Tok» – 64,3%, и, наконец, «WhatsApp» и «Instagram». Они делят последние места с результатом 39,3% и 32,1%.

Подростки следовали разным целям при использовании социальных сетей. Большинство обращалось к сетям в целях общения – это 64,3%, четверть опрошенных (25%) – для обучения/получения разной информации. Меньшинство: 10,7% – для игр.

Важно отметить, что 70,4% опрошенных общаются друг с другом вживую, а 29,6% – онлайн, то есть, переписываясь или созваниваясь. Можно с уверенностью утверждать, что большинство общается вживую (оффлайн). Но не стоит исключать тех, кто общается онлайн.

Один из главных результатов анкетирования стало эмоциональное состояние подростка, когда он не пользуется социальными сетями какое-то время. Большинство в этом случае ощущает себя спокойно – 67,9%, однако, некоторые испытывают чувство неудовлетворенности – 17,9%. Под этим подразумевается сильное желание воспользоваться гаджетом или проверить социальные сети на наличие уведомлений.

Также, малая часть анкетированных испытывает одиночество – 10,7% и раздражение – 3,6%. В целом, глядя на диаграмму, можно сказать, что есть те, кто испытывают

раздражения, когда какое-то время не заходят в социальные сети. Но также и есть те люди, которые испытывают одиночество, что меня удивило больше всего.

В соответствии с ответами многие из респондентов категорически отказываются полностью исключить использование социальных сетей (75%), но есть и те, кто способен на это (25%).

Некоторые из анкетированных переписываются, тем самым общаясь друг с другом в чате – 89,3%, а вот 10,7% – разговаривают по телефону, используя социальные сети. Можно сделать вывод, что у большинства в приоритете переписка в личных чатах, нежели разговор по телефону.

Интернет и социальные сети развивались с течением времени, служа различным целям для пользователей. Хотя социальные сети используются для образования, такого как учебные группы и изучение языка, они также оказывают негативное воздействие, особенно на подростков. Интернет-сообщества могут познакомить подростков с неподобающим контентом, таким как нецензурная лексика и неправильная грамматика. Кроме того, маленькие дети не осознают опасности обмена личной информацией в Интернете, что делает их легкой мишенью для хакеров. Социальные сети также могут негативно влиять на навыки общения, поскольку виртуальное общение может заменить общение лицом к лицу. Чрезмерное увлечение социальными сетями может привести к плохой успеваемости, низкой самооценке и напряженным отношениям с семьей. Однако социальные сети имеют свои преимущества, такие как простота общения и доступ к новым знаниям через онлайн-курсы и ресурсы, если использовать их с умом. В конечном счете, влияние социальных сетей зависит от того, как люди их используют, и подростки могут делать положительный выбор, эффективно распоряжаясь своим временем.

Во избежание неприятных ситуаций при использовании Интернет-ресурсов, необходимо придерживаться нескольких правил для сохранения безопасности своих данных:

1. Остерегайтесь посещать социальные сайты с неверными адресами, чтобы защитить введенные данные.
2. Добавляйте в друзья только проверенных людей, чтобы не делиться конфиденциальной информацией.
3. Осторожно совершайте покупки на социальных платформах, проверяя подлинность сайта.
4. Используйте уникальные, надежные пароли для социальных сетей.
5. Проверяйте настройки конфиденциальности и политики, чтобы ваша информация не была видна всем.

Литература и источники

1. Балашов, А. И. Психология подростка: учебник / А. И. Балашов. — М.: ТК Велби – С. 109 – 111. [Электронный ресурс]. – URL: <https://djuv.online/file/iVdgWglBr5Cnv> (дата обращения: 28.11.23г.)
2. Васильева, У. А. Социальные сети в жизни современного подростка – 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://school-science.ru/7/8/39898?ysclid=lnzms8hmmr421283473> (дата обращения: 21.10.23г.)
3. Даниил, Т. Коммуникация – понятие, виды и примеры, отличия от общения – 2022. [Электронный ресурс]. – URL: <https://dnevnik-znaniy.ru/psixologiya/kommunikaciya.html> (дата обращения: 23.09.23г.)
4. Королькова, К. В., Сачкова, С.О. Влияние социальных сетей на подростков – С. 13 – 15. 2020. [Электронный ресурс]. – URL: https://дмип.пф/files/works/257_3523.pdf (дата обращения: 28.11.23г.)
5. ООО «Профессиональный помощник». Виды коммуникации: параметры, характеристики – 2023. (Электронный ресурс). – URL: <https://www.napishem.ru/spravochnik/menedzhment/prochie-stati-po-menedzhmentu/vidy-kommunikatsij-parametry-harakteristika.html> (дата обращения: 26.09.23г.)

6. «Рекомендации по безопасному использованию сети Интернет» – С. 7 – 20. [Электронный ресурс]. – URL: <https://safe-surf.ru/upload/common/UserSecurityGuidance2017.pdf> (дата обращения: 08.12.23г.)
7. Социальная сеть – 2023. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.likeni.ru/glossary/social-network/> (дата обращения: 28.10.23г.)
8. Шматко, М. В. Развитие и дальнейшее расширение навыков коммуникации – 2023. [Электронный ресурс]. – URL: <https://human.snauka.ru/2016/12/18054> (дата обращения: 17.09.23.)
9. «PSK Group – полезный и познавательный портал». Что такое культурно–досуговые мероприятия? – 2019. [Электронный ресурс]. – URL: <https://psk-group.su/znacheniya/cto-takoe-kulturno-dosugovoe-meropriyatie> (дата обращения: 04.10.23г.)

Научный руководитель – учитель экономики Унцикова Р.Т., МАОУ СОШ №36 г. Кемерово

УДК 659.11

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ВЫБОР ИНТЕРНЕТ-КУРСОВ

Толковцева А.Д.

МАОУ СОШ №36 г. Кемерово
tolkovtseva@yandex.ru

***Аннотация.** В статье рассмотрены виды рекламы в интернете, формы онлайн–курсов и причины влияния рекламы на выбор человека. По результатам опроса среди учащихся 10–х классов определено как реклама в интернете толкает их на принятие решения, и составлены критерии выбора онлайн–курсов, которые могут помочь избежать неприятных ситуаций.*

***Ключевые слова:** реклама, реклама в интернете, онлайн–курсы, интернет–курсы, мошенничество, влияние, психика, сознание, маркетинг, интернет, подростки, онлайн–образование, анкетирование, покупатель.*

Как часто вы встречали рекламу в своей жизни? Наверняка, каждый день. А как часто встречали рекламу онлайн–курсов? Скорее всего, очень редко, если нет соответствующей потребности, или очень часто, если такая потребность есть. Многие становятся участниками курсов и онлайн–школ как раз благодаря рекламе.

Существуют следующие виды реклам в интернете [1]: контекстная реклама, медийная/баннерная/таргетированная реклама, SEO–продвижение [2], SMM–продвижение, email–рассылки, игровая реклама/видеореклама и реклама на специальных серверах [3].

Профессиональные маркетологи выделяют 8 основных способов привлечь внимание покупателя: уникальность предложения, повторяемость рекламы, интенсивность, динамичность, контрастность, размер букв, шрифт и положительная эмоциональность [4]. Эти методы воздействия взялись неспроста. Их сформулировали, опираясь на психологические аспекты человеческой природы. Доказано, что существуют так называемые законы восприятия. Вот основные: первый закон – закон подобия; второй – закон общности; третий – закон близости.

Сами курсы бывают следующих видов: видеолекции, вебинары, онлайн–марафоны, онлайн–тренинги, онлайн–игры, онлайн–семинары, подкасты, скринкасты [5].

С целью выявить, как реклама образовательных онлайн-курсов влияет на выбор подростков, было проведено онлайн-анкетирование среди учащихся 10-х классов. Для опрашиваемых не имеет принципиального значение количество рекламы о получении образования через Интернет, поэтому чаще всего просматривали рекламу просто информационно. В основной своей массе десятиклассники не нуждались в образовательных онлайн-услугах, хотя видели их рекламу и понимали такую возможность.

Визуальная составляющая (а в особенности картинки) играет более важную в привлечении внимания роль, чем текстовая. Наличие в рекламе изображения медийной персоны также оказывает влияние на выбор человека о покупке онлайн-курса. Ученики часто встречают в Интернете достаточно известные онлайн-ресурсы, что скорее говорит об уровне и качестве рекламы в этих компаниях, чем о реальных предпочтениях школьников.

Опираясь на ответы респондентов, можно сделать вывод, что реклама онлайн-курсов в большинстве случаев не обманывает, а оправдывает ожидания. Реклама действительно влияет на выбор десятиклассников. Зная ловушки человеческого подсознания, маркетологи с лёгкостью, как можно увидеть из результатов опроса, завладевают вниманием подростка.

Опираясь на результаты опроса и знания, полученные путём изучения соответствующей литературы по теме, можно составить определённый список условий, который поможет как взрослым, так и подросткам избежать обмана в сфере онлайн-образования. Нужно определиться, с какой целью он собирается покупать образовательный онлайн-курс.

Первое, на что стоит обратить внимание – визуальное оформление сайта. Также немаловажным является доскональное изучение сайта, всех его вкладок, внимание к деталям. Затем следует посмотреть, чем вообще является эта компания, какой продукт и результат готова предоставить, как строится программа обучения.

В случае, если внешние признаки опасений не вызывают, пользователю следует обратить внимание на плату за обучение. Очень хорошо предыдущий пункт идёт в сочетании со следующим – проверка отзывов. Иногда бывает не лишним заглянуть в СМИ, чтобы ознакомиться с репутацией компании.

Ещё стоит заострить внимание на поиске компании через сайт Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ). В договоре о предоставлении платных образовательных онлайн-услуг следует внимательно ознакомиться с правилами обеих сторон, заключающих договор, в том числе с правилами расторжения договора. При возникновении любых трудностей, связанных с юридической и финансовой стороной онлайн-обучения, незамедлительно обращаться к ответственным лицам компании, а при усугублении положения – в прокуратуру.

Подводя итоги, можно прийти к выводу, что реклама действительно оказывает большое влияние на решения и выбор человека, поэтому важно быть предельно внимательным и осторожным, чтобы не попасть впросак.

Литература и источники

1. Интернет-реклама, виды рекламы в интернете// beseller [<https://beseller.by/>] – [Электронный ресурс]. – URL: <https://beseller.by/blog/internet-reklama/> (дата обращения: 25.09.2023 г.)

2. Как устроенное SEO в 2022 году: на что обращать внимание// Блог Яндекс Практикума [<https://practicum.yandex.ru/blog>] – [Электронный ресурс] – URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/cto-takoe-seo-prodvizhenie-saytov/> (дата обращения: 21.09.2023 г.)

3. Рекламный сервер (Ad server)// AppsFlyer [<https://www.appsflyer.com/ru/>] – [Электронный ресурс] – URL: <https://www.appsflyer.com/ru/glossary/ad-server/> (дата обращения: 21.09.2023 г.)

4. Способы привлечения внимания к рекламе. Психологические приёмы// 4Brain [https://4brain.ru/] – [Электронный ресурс] – URL: <https://4brain.ru/blog/привлечение-внимания-к-рекламе/> (дата обращения: 05.11.2023 г.)

5. Как эффективно заниматься на онлайн-курсах// foxford.ru [https://foxford.ru/home-school] – [Электронный ресурс] – URL: <https://externat.foxford.ru/polezno-znat/kak-vybrat-onlajn-kursy> (дата обращения: 15.11.2023 г.)

Научный руководитель – учитель экономики Унцикова Р.Т., МАОУ СОШ №36 г. Кемерово

УДК 339.138

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Хорькова В.М.

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Арзамасский филиал
v_horkova04@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассматриваются ключевые тренды, которые преобладают в сфере маркетинга на современном этапе. Автор исследует перспективные направления и стратегии в области маркетинга, которые смогут помочь достичь успешного развития бизнеса в условиях постоянно меняющейся медиасреды и возрастающих требований потребителей.

Ключевые слова: цифровой маркетинг; цифровые технологии; социальные сети; реклама.

В современном мире использование цифрового менеджмента и маркетинга являются ключевым фактором успеха совершенно любого бизнеса. Цифровые технологии начали активно внедряться в сферу маркетинга за последние несколько лет. Они предоставили новые возможности для взаимодействия производителей с потребителями. Так, возникает такое новое понятие, как цифровой маркетинг, который представляет совокупностью современных маркетинговых инструментов и методов продвижения продуктов и услуг с использованием цифровых каналов [1]. В свою очередь, каналы цифрового маркетинга — это материально-техническое пространство, которое предназначается для организации связи между производителем и потребителями, а также передачи и обмена информацией [1].

Рассмотрим некоторые каналы цифрового маркетинга, одним из которых является контекстная и тизерная реклама. Для достижения высокой позиции в поисковой выдаче и продвижения бизнеса в браузерах, необходимо точно и качественно оптимизировать сайт компании под запросы клиентов, а также прибегнуть к использованию контекстной рекламы. Контекстная реклама работает, базируясь на таргетинге, который позволяет выделить целевую аудиторию по различным критериям, таким как геопозиция, вкусовые предпочтения, род занятий и другим. Такие критерии могут быть использованы как отдельно, так и в совокупности [2]. Также нередко прибегают к использованию тизерной рекламы, которая по своей сути является своеобразной картинкой с броским заголовком. Такая реклама довольно часто попадает на информационных тематических сайтах. Тизерная реклама, которую можно по ошибке принять за обычные баннеры, обычно не работает на основе таргетинга, однако есть возможность настроить её минимально, например, по территориальному признаку или другим общим показателям. Такая реклама

часто раздражает пользователей и вызывает меньшее доверие. Однако, при правильной настройке и генерации текста объявления она может быть довольно эффективной. Одним из преимуществ такой рекламы безусловно является возможность большого охвата аудитории, ведь показ осуществляется на сайтах с большим трафиком [2]. Кроме того, существует вирусная реклама. Это особый контент, который распространяется самими интернет-пользователями и таким образом продвигает бренд или определённый продукт. В основе такой рекламы лежит оригинальная идея или история, а не сам продукт. Она функционирует по принципу сарафанного радио, но вместо рекомендации товара рекомендуется видеоролик, размещённый на популярных интернет-платформах [3]. Такие видеоролики уже на протяжении нескольких лет остаются одним из самых популярных видов контента и эффективных инструментов для продвижения, особенно среди молодой аудитории. Такой вирусный контент распространяется с большой скоростью, подобно вирусу, и становится популярным. Целями вирусной рекламы являются повышение узнаваемости бренда посредством привлечения известных личностей для рекламы бренда, увеличение лояльности и вовлеченности благодаря определённым, в основном положительным, эмоциям, вызванным у потребителей, а конечной целью определённо выступает рост продаж [2]. Следует также выделить такой канал цифрового маркетинга, как продвижение бренда в социальных медиа и блогах. Появление социальных сетей стало огромным поприщем для взаимодействия производителей с потребителями, а также предоставило возможность более детально изучить интересы покупателей и особенности их поведения [3]. Сегодня большинство компаний создают страницы и группы в социальных сетях с целью популяризации бренда и привлечения потенциальных клиентов. Цели продвижения в соцсетях могут различаться, однако они должны быть тесно связаны со стратегией развития бизнеса. Так, компания может прибегать к использованию социальных медиа и блогов, чтобы популяризировать свою продукцию, расширить аудиторию, а также повысить участие в сообществе, для чего в свою очередь необходимо поддерживать постоянную связь с пользователями. Обратная связь необходима при оценке восприятия бизнеса потребителями, а также она способствует установлению прочных и долгосрочных отношений между клиентами и фирмой [3]. Другим, не менее значимым каналом цифрового маркетинга является создание мобильных приложений для смартфонов и планшетов. Использование геолокационных сервисов, быстрых уведомлений и интеграция с социальными сетями позволяют создавать уникальный пользовательский опыт, укрепляя связь между производителем и потребителями. Эффективное использование таких инструментов способствует увеличению узнаваемости бренда и стимулированию продаж [4].

Стоит отметить основные сферы бизнеса, в которых наиболее часто используется цифровой маркетинг. Так, наиболее широко цифровой маркетинг для эффективного развития активно используется в сфере развлечений. Например, успех киноиндустрии во многом зависит от контента, который размещается на платформах социальных сетей. Розничная торговля также является одной из самых успешных сфер для инвестиций в цифровой маркетинг. Например, в сегменте «красота и здоровье» наиболее эффективно работают социальные сети. В индустрии питания социальные медиа также играют не малую роль. По данным опроса американского маркетингового агентства «MGH», целью которого было выявить тренды социальных сетей, влияющие на ресторанные предпочтения, среди 1139 пользователей TikTok в США оказалось, что больше половины (53%) миллениалов подтвердили, что хотя бы раз посетили определенное заведение, увидев рекомендацию в социальной сети [5]. Так, люди выбирают какой ресторан или кафе посетить в зависимости от его присутствия в соцсетях: для них важны дизайн и комментарии под фото. Посетители не смогут пройти мимо заведения с привлекательным или необычным оформлением. Они сами будут сами делиться контентом, бесплатно повышая узнаваемость места [5]. В туристической индустрии эффективно работают клиентская рассылка и таргетированная реклама, особенно в преддверии пиковых туристических сезонов. Успех зависит от точной

настройки параметров маркетологами, ведь туризм включает в себя различные тематические сегменты, а также особую ценовую политику. Туристическая отрасль также активно использует контекстную рекламу. Например, при запросе «туры из Санкт–Петербурга в Сеул» пользователю будут представлены рекламные предложения от туристических агентств на первых строках результатов поиска. Также применяются тематическая контекстная реклама, которая работает таким образом, что после поиска туров в Сеул пользователю постоянно будет встречаться реклама туров в Южную Корею от разных туроператоров на различных сайтах на протяжении нескольких недель.

Итак, перейдём к обсуждению основных тенденций развития цифрового маркетинга. Во–первых, использование искусственного интеллекта в персонализированных коммуникациях набирает обороты. Искусственный интеллект довольно быстро превратился из простого развлечения в полезный маркетинговый инструмент. ИИ активно развивает возможности, оптимизирует рекламу, генерирует уникальные тексты и графику. Искусственный интеллект также помогает создавать гипотезы по продвижению продукта или услуги, анализировать целевую аудиторию и формировать уникальные товарные предложения [6].

Оmnikanальный маркетинг представляет собой стратегию, которая позволяет компаниям быть на связи с клиентами в любое время, в любом месте, при этом используя любой удобный для них цифровой канал, с целью обеспечения единого опыта [8]. Например, крупные розничные сети используют omnikanальный маркетинг, предоставляя возможность своим клиентам осуществлять поиск товаров или услуг онлайн, и уже в последствии посетить физический магазин для примерки или оценки качества товара и, в конечном итоге, совершить покупку через мобильное приложение. Весь процесс сопровождается персонализированными рекомендациями и предложениями. Это значительно повышает вовлеченность клиентов и способствует росту продаж. Виртуальная и дополненная реальность изменяют мир цифрового маркетинга, становясь все более популярными. Виртуальная реальность предлагает захватывающий опыт погружения, перенося клиентов в виртуальные миры. С другой стороны, виртуальная и дополненная реальность плавно сочетает цифровой контент с реальным миром, создавая интерактивные и увлекательные встречи, объединяя физическое и цифровое пространства [9]. Эти передовые технологии помогают компаниям увеличить вовлеченность клиентов и, в последствии, увеличить доходы. Например, производители автомобилей, такие как «Audi» и «Volvo», создали виртуальные выставочные залы, где клиенты могут изучить и настроить модели автомобилей своей мечты. Пользователи могут сесть в машину, находясь в виртуальном пространстве, внимательно изучить её устройство и даже симулировать тест–драйв. Этот инновационный подход позволяет клиентам полностью погрузиться в продукт без необходимости физического посещения автосалона.

Таким образом, можно предположить, что и в дальнейшем с развитием цифровых технологий будут возникать новые и ещё более эффективные каналы цифрового маркетинга, способные повысить результативность деятельности предприятий и организаций.

Литература и источники

1. Шарифьянов, Д. Digital–маркетинг. Инструменты, каналы, стратегия и принципы цифрового маркетинга / Д. Шарифьянов. – М.: Издательские решения, 2023. – 70 с.
2. Григорьева, В. Технологии цифрового маркетинга: создание рекламной кампании / В. Григорьева, С. Антонов, П. Воробьёв [и др.]. – М.: Левша, 2018. – 149 с.
3. Социальные сети как актуальный инструмент продвижения товаров и услуг / О. М. Куликова, Н. Е. Тропынин. // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – № 5. – С. 54–60.
4. Роулс, Д. Мобильный маркетинг. Мобильные технологии – революция в маркетинге, коммуникациях и рекламе / Д. Роулс. – М.: Олимп–Бизнес, 2019. – 277 с.

5. Гастрономъ: Как социальные сети влияют на выбор еды и ресторанов: офиц. сайт. URL: <https://www.gastronom.ru> (дата обращения: 28.04.2024).

6. Применение искусственного интеллекта в маркетинге / М. А. Бронников. // Экономика и социум. – 2022. – № 6. – С. 449 – 453.

7. Ребрендинг как один из эффективных маркетинговых инструментов современности / С. В. Новожилов // Молодой учёный. – 2023. – № 9 (456). – С. 119-121.

8. Сбер Бизнес-Софт: Омниканальность: офиц. сайт. – URL: <https://sberbs.ru> (дата обращения: 30.04.2024).

9. Акулич, М. Дополненная, виртуальная, смешанная реальность и маркетинг / М. Акулич. – М.: Издательские решения, 2021. –130 с.

Научный руководитель – канд. экон. наук, Митрофанова М.Н., ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Арзамасский филиал

УДК 339.1

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Черникова А.В.

ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»
a.chernickova@gmail.com

Аннотация. В статье рассмотрены наиболее популярные тренды в развитии маркетинга за последние годы. Изучение начинается с базовых для раскрытия темы понятий – маркетинг и его функции. Далее исследуются такие актуальные направления развития маркетинга, как инфлюенс–маркетинг, маркетинг социальных сетей,

Ключевые слова: маркетинг, бренд, продажи, целевая аудитория.

Роль маркетинга в современном мире с каждым годом становится все более значительной. В условиях развитых, высококонкурентных рынков самых различных товаров и услуг едва ли не решающим фактором для победы в борьбе за внимание и средства потребителей уже давно стала именно успешная маркетинговая стратегия компании. Предметом данного исследования станет изучение последних трендов в сфере маркетинга.

Существует множество толкований центрального понятия темы. Автору данной работы близко определение, данное профессором международного маркетинга Ф. Котлером: «Маркетинг является наукой и искусством изучения, создания и продажи определенной ценности с целью удовлетворения потребителей и получения прибыли», а также объяснение Ф. Котлера и К. Келлера: «Маркетинг – это искусство выбора целевых рынков и привлечения, сохранения и развития покупателей посредством создания и продвижения значимых для них ценностей» [1].

Нельзя также опустить такой важный для раскрытия данной темы аспект, как обозначение функций маркетинга:

1. Формирование привлекательного бренда фирмы или продукта – важнейший этап, влияющий на прибыльность и успешность компании на протяжении всего цикла ее существования. Для выполнения этой задачи необходимо четкое понимание ценностей своей целевой аудитории (ЦА), ее интересов и предпочтений;

2. Стимулирование сбыта продукции – достигается за счет как повышения частоты покупок, так и увеличения чека каждой одной покупки, а также путем привлечения новых покупателей. Все способы направлены на увеличение количества приобретаемой продукции;
3. Поиск путей для увеличения удовлетворенности потребителей продуктом и повышения их лояльности – следующий шаг для увеличения оборотов компании на постоянной основе с помощью перевода клиентов и категории «новых» в «постоянные»;
4. Управление ассортиментом – еще одна значимая функция маркетинга, предполагающая тщательный анализ различных показателей (динамики продаж, предложений конкурентов, величины спроса со потребителей и их предпочтений) для контроля востребованности продукта компании и своевременных изменений в стратегии развития при необходимости.
5. Формирование спроса – активно используемая в последнее время функция маркетинга. Является исключительно эффективным инструментом, позволяющим компании перейти от простой лидогенерации на новый уровень продвижения своего продукта [2].

Итак, рассмотрим преобладающие тенденции в развитии маркетинга. Тренд, не теряющий актуальность – это распространение экологического маркетинга. Речь идет о виде продвижения продукта, заключающегося в удовлетворении потребностей целевой аудитории с помощью товаров и услуг, помогающих беречь окружающую среду. Такая продукция на всех стадиях своего жизненного цикла наносит минимально возможный вред окружающей среде, а также создается в условиях максимальной экономии природных (и в том числе энергетических) ресурсов.

Рассмотрим подробнее, в чем именно проявляется стремление производителей к экологичности [3]:

- первоочередной задачей является экологизация производства, т.е. применение оборудования и технологий, позволяющих свести к минимуму наносимый производством вред окружающей среде. Это может проявляться, например, в измерении и контроле выбросов загрязняющих веществ;
- переход на экологически безопасную упаковку, которая будет биоразлагаемой или же вторично перерабатываться;
- отказ от тестирования продукции на животных (для косметики и т. д.);
- социальная ответственность предприятий, заключающаяся в поддержке экологических проектов: мероприятий по посадке деревьев, уборке территорий и участие в экологических инициативах.

Все эти меры усиливают положительный образ фирмы и помогают получить лояльность покупателей, для которых забота об экологии является значимой ценностью.

Итак, сейчас забота об экологии для бизнеса постепенно превращается из тренда в необходимость – чтобы поддерживать репутацию бренда и не проиграть в конкурентной борьбе. Требования по сохранению окружающей среды нередко приобретают форму закона, или же компании сами могут принять участия в программах федерального и регионального уровней. Так, еще с 2019 года в России реализуется федеральный проект «Чистый воздух», в котором участвуют города: Красноярск, Липецк, Магнитогорск, Новокузнецк, Норильск, Омск и другие крупные промышленные центры нашей страны [4]. Целью проекта является снижение к 2030 году количества выбросов как минимум в 2 раза.

Другим трендом является активное развитие электронной коммерции и особенно продажи с помощью социальных сетей. Объем продаж в интернете продолжает расти с каждым годом: согласно исследованию Data Insight [5], количество заказов розничной интернет-торговли в нашей стране за 2022 год выросло на 65% и составило 2,8 млрд, а объем рынка составил 5,7 трлн ₽ и вырос на 38%. Сейчас наравне с более привычными для нас

методами продвижения и продаж в интернете (такими как сайт компании или реклама) все более активно развивается SMM–маркетинг, или маркетинг социальных сетей. Действительно, социальные сети используются маркетологами как в качестве инструмента обслуживания клиентов, так и для продвижения бренда в целом. Поэтому от того, насколько удачно выстроен имидж бренда и его пиар–компания (например, в тех же соцсетях), во многом зависит развитие бизнеса и его прибыльность.

Явным трендом, ярко обозначившимся в последние 3-4 года, стал инфлюенс–маркетинг. По данным исследования icontext (входит в iConText Group) показало, что в 2023 году с различными блогерами и селебрити работали 55% опрошенных компаний и еще 17% планируют начать – это уже более 70% брендов, что показывает внимание компаний к этому тренду в построении маркетинговой стратегии. Суть данного метода состоит в привлечении известных медийных личностей – лидеров мнений – для увеличения узнаваемости бренда (и роста числа покупок, что, безусловно, является главной конечной целью). Основными отличительными чертами этого вида маркетинга является нативность и ненавязчивость продажи (чаще всего, однако с развитием инфлюенс–маркетинг становится все более вариативным и сейчас нередко приобретает форму и более очевидных, почти прямых продаж), а также быстрый выход на ЦА продукта, готовую приобретать его на постоянной основе – максимальная отдача здесь достигается в случае наиболее удачного и точного выбора инфлюенсера, аудитория которого изначально является целевой для продукции компании [6]. Возникновение данного нового течения в маркетинге стало возможным благодаря доверию людей лидерам мнений: так, по данным ВЦИОМ, около 70% аудитории хотя бы единожды покупали какой–либо товар по рекомендации блогера, а более половины опрошенных доверяют информации, транслируемой инфлюенсерами в своих социальных сетях [7]. Немаловажным является и возможность отследить результативность коллаборации бренда со знаменитостью – в условиях статистики социальных сетей и рекламы это не представляет трудности. Трансформация данного тренда сейчас состоит в том, что фирмы начинают сотрудничать не только с топ–знаменитостями, но и микроинфлюенсерами с небольшой, но лояльной аудиторией, и нередко это приносит не меньший результат – так, в соответствии с результатами того же опроса ВЦИОМ, наибольшая активность аудитории характерна для небольших каналов и блогеров (до 20 тыс. подписчиков.).

Таким образом, маркетинг как любая другая динамично развивающаяся система следует за преобладающими в обществе тенденциями: наиболее явно проявляется влияние цифровизации всех сфер жизни общества, а также повышение осознанности потребления и более тщательном выборе продукции клиентами.

Литература и источники

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. 15–е изд. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – Санкт–Петербург : Питер, 2018. – 848 с. – ISBN 978–5–4461–0422–2.
2. Управление маркетингом: функции, цели и задачи // Блог «Новые реалии в маркетинге» Высшей школы маркетинга и развития бизнеса НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. – URL: <https://marketing.hse.ru/blog/> (дата обращения: 05.05.2024).
3. Экологичный маркетинг: как зеленые инициативы привлекают клиентов // Искусство маркетинга [Электронный ресурс]. – URL: <https://vc.ru/u/2774063-iskusstvo-marketinga/> (дата обращения: 06.05.2024).
4. Закон природы: как бизнес заботится об экологии // РБК Тренды. Экономика [Электронный ресурс]. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/> (дата обращения: 06.05.2024).
5. Исследование DataInsight [Электронный ресурс]. – URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_eCommerce_Russia_2022_0.pdf (дата обращения: 08.05.2024).
6. Инфлюенс–маркетинг // Unisender / Мария Гудкова [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/> (дата обращения: 08.05.2024).

7. Россияне стали доверять блогерам: исследование Insight People охватило более 40 регионов // Inc. Russia [Электронный ресурс]. – URL: <https://incussia.ru/pnews/research-insight-people/> (дата обращения: 08.05.2024).

УДК 339.138

ТОВАР КАК СОЦИАЛЬНЫЙ КОНСТРУКТ

Юрченко Н.А.

Белорусский национальный технический университет

n.jurc@mail.ru

***Аннотация.** В данной научной работе рассматривается товар как социальный конструкт. Товар в данном контексте понимается не просто как объект обмена или продажи, но как явление, формируемое и определенное социальными, культурными и экономическими факторами.*

***Ключевые слова:** товар, общество потребления, реклама, статус, ценности.*

В современном обществе товары играют центральную роль. Они не только удовлетворяют потребности людей, но и служат важными символами, передающими социальные и культурные значения. Однако, несмотря на их повседневное присутствие в нашей жизни, понимание того, что такое товар, остается сложной задачей. Научное сообщество сегодня приводит два подхода к пониманию товара: объективистский и субъективистский. Со стороны объективистского подхода вещи и социальные явления объективны и не зависят от человеческого восприятия. Со стороны же субъективистского подхода предполагается, что товар оценивается не только с точки объективных характеристик, но и с точки зрения его восприятия потребителем, т.е. его вкусов, ценностей и потребностей на текущий момент времени. На данном этапе развития капиталистического общества рынок заполнен рекламой, а на выбор того, что предпочитает тот или иной субъект, влияют социальные факторы, такие как рекомендации родственников или растущий тренд на определенный вид товара. Таким образом, общество пришло к доминированию субъективистского подхода при своём выборе. Однако, в своей статье «Товар как социальный конструкт» В. И. Ильин приводит новый «деятельностно-конструктивистский подход», который «снимает противоречие объективного и субъективного» [1]. На протяжении всей статьи применяются различные методы рассмотрения товара, например, «товар как источник риска» или «социальная стоимость товара», подчеркивая актуальность исследования в других направлениях.

Используя некоторые виды манипуляций, современные маркетологи руководят желанием общества потреблять только продукцию определенного производителя из соображений безопасности, увеличивая его прибыль, поскольку его товар является более дорогим и не всегда более безопасным. Так, В. И. Ильин описывает ситуацию с продажей водки: «... «наша» водка хотя и дороже, но зато безопасна (т.е. прямого отравления от нее не будет)» [1]. Таким образом потребитель иногда сам того не осознавая, платит дополнительную стоимость товара, а именно за свою безопасность. Несмотря на присутствие определенных рисков в множестве товаров, общество адаптирует своё видение рекламы и производит фильтрацию поступающей информации, поскольку не вся информация является качественной/достоверной.

Переходя к понятию товара как средство общения, достаточно рассмотреть такие виды заведений как бар, кофейня и др. Фактическая стоимость товара в них значительно больше,

чем в обычном магазине, а люди всё ещё покупают его для обеспечения своего пребывания в социуме. Так, цена на определенную продукцию возрастает в 2 раза или ещё больше, чем могла бы быть на самом деле. Следовательно, современный человек готов платить больше для удовлетворения своей потребности в социализации, чем и пользуются некоторые современные предприниматели, открывая всё больше подобного рода развлекательных заведений. Несмотря на это, они [предприниматели] обязаны подбирать подходящее место для своих бизнесов, чтобы продолжать его капитализацию, а не обанкротиться в ближайшем будущем.

С ростом количества потребляемых товаров, социум перешел к «обществу потребления». В современном мире, где потребление стало ключевым элементом жизни общества, товары приобретают совершенно другие функции и значения. Они больше не рассматриваются исключительно как средства удовлетворения материальных потребностей, но и как инструменты для выражения идентичности, обозначения социального статуса и принадлежности к определенной социальной группе. Это точно заметил А. А. Овсянников: «потребление превращается из использования товаров для удовлетворения нужд жизнедеятельности в собственно жизнедеятельность, в процесс социального взаимодействия, становясь фактором конструирования идентичности» [2]. В условиях постоянного роста производства и разнообразия товаров, потребители имеют возможность выбирать из широкого ассортимента товаров, что позволяет им выразить свою индивидуальность и уникальность через свой выбор. Далее, в обществе, где важны внешние признаки успеха и статуса, товары становятся важными маркерами этих социальных позиций. От дорогих автомобилей до брендовой одежды, товары используются для демонстрации богатства, вкуса и успеха. Состояние сегодняшнего общества А. Н. Ильин описывает так: «Идеалы и ценности перестают быть самими собой и превращаются в пустые знаки, происходит погружение человека в ирреальный мир знаков, которые, как он верит, принесут ему социальный престиж и счастье. Эта знаковость выступает первичной характеристикой общества потребления, а богатство и излишество — это уже вторичная его характеристика» [3]. Следовательно, мы приходим к выводу, что, действительно, человек сегодня скорее заплатит за возможность самопрезентации, чем за грубый качественный товар. Мышление такого потребителя достаточно просто привлечь на сторону производителя яркими изображениями и громкой рекламой во множественных местах, чем они и пользуются, привлекая на свою сторону СМИ и подкупая мнение экспертов.

Рассмотрим влияние подобного потребления на экономическое состояние государства. Повышенное потребление товаров и услуг может стимулировать экономический рост. Когда потребители тратят больше, это увеличивает общий спрос, что, в свою очередь, стимулирует производство и создает новые рабочие места. Возрастают и налоговые поступления. Увеличение получаемых государством налогов происходит путем увеличения количества продаж товара, больше проданного товара – больше налоговых отчислений. Поскольку на сегодняшний день перепроизводство стало нормой, государства изменяют свою монетарную политику, чтобы влиять на количество предложения на рынке. Как отмечает О. М. Крючкова: «Распределение прибавочной стоимости, однако, происходит в значительной доле в сфере циркуляции денег» [4]. Так, изменяя банковский процент, возможно повысить прибыльность и качественно вложить средства в повышение эффективности производства на предприятии.

Таким образом, денежный рынок на данный момент перегружен излишними финансами, которые не являются практически необходимыми для ведения товарообмена. Излишние финансы на денежном рынке могут привести к спекуляциям, инфляции и другим негативным последствиям, что заставляет центральные банки государств вести разностороннюю политику субсидирования и изменения ставок процента.

Литература и источники

1. Ильин, В. И. Товар как социальный конструкт / В. И. Ильин // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2004. – №. 2. – С. 29-38.
2. Овсянников, А. А. Рецензия на книгу Зарубиной Н.Н. «Экономическая социология. Учебник и практикум / А. А. Овсянников // Социологическая наука и социальная практика. – 2015. – № 4. – С. 146–161.
3. Ильин, А. Н. Общество потребления и его сущностные особенности / А. Н. Ильин // Ценности и смыслы. – 2013. – №. 6 (28). – С. 22–36.
4. Крючкова, О. М. Общество потребления и экономика, основанная на нравственном выборе / О. М. Крючкова // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2011. – Т. 4. – №. 4. – С. 113–121.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц., Сергеевич Т.В., Белорусский национальный технический университет

УДК 339.138

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА И ЕЁ АКТУАЛЬНОСТЬ СЕГОДНЯ

Яшкова Ю.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
yashkova.juliya21@mail.ru

***Аннотация.** Актуальность сегментирования рынка в современном бизнесе трудно переоценить. Сегментирование рынка позволяет более глубоко понять потребности и предпочтения различных групп клиентов. Зная особенности каждого сегмента, компании могут создавать персонализированные сообщения и предложения, которые лучше резонируют с каждой группой клиентов. Путем обследования специфических потребностей и предпочтений каждого сегмента, компании могут разрабатывать уникальные предложения, которые привлекают больше клиентов. Таким образом, сегментирование рынка остается актуальным инструментом для успешной работы бизнеса, поскольку помогает компаниям лучше понять свою аудиторию, разработать эффективные маркетинговые стратегии и повысить конкурентоспособность.*

***Ключевые слова:** сегментация рынка, потребитель, сегмент рынка, комплекс маркетинга, рыночная ниша, целевая аудитория.*

Потребитель – это субъект рынка, удовлетворяя потребности которого компания успешно функционирует на рынке, занимаясь своей основной деятельностью, а значит, получает прибыль, что и является основной её целью. В современном мире, на мой взгляд, потребности и запросы потребителей постоянно растут, а на данном этапе развития это происходит очень быстро, что составляет в какой-то мере сложность для игроков рынка – организаций, производящих товары и оказывающих услуги. Рынок развивается в различных направлениях, также расширяются желания потребителей, то есть каждый из нас требует к себе, как к субъекту потребления благ большего внимания и индивидуального подхода. Это ставит перед компаниями важнейшую задачу – разделение всех потребителей на группы, с целью выяснения потребностей каждой, что обеспечит формирование удачного предложения для отдельных групп, поможет сконцентрироваться на конкретных покупателях, или группах покупателей, и в полной мере соответствовать их нуждам. Иными словами, необходимо

сегментировать рынок, чтобы понимать, что производить, как и для чего (какие потребности нужно удовлетворять).

Сегментация (сегментирование) рынка – это деление рынка на чётко разграниченные части (сегменты), одинаково реагирующие на комплекс маркетинга. Однако некоторые авторы характеризуют данное понятие иначе, например, И.В. Семёнов характеризует сегментирование рынка как выделение определённых сегментов (групп потребителей) в рамках рынка, характеризующихся схожими потребностями, особенностями характера, стиль потребления у которых имеет общие черты, удовлетворение таких групп потребителей или покупателей происходит с помощью определённого комплекса маркетинга. Тем самым происходит не деление рынка на группы, а внутри рынка происходит объединение в сегменты по определённым принципам и признакам, что более корректно [1].

Сегмент рынка – это группа потребителей, занятых поиском или готовых заняться поиском однотипных или однофункциональных товаров и готовых их купить, то есть обладающих платёжеспособностью. Необходимо определить конкретный сегмент рынка или несколько таковых, чтобы «направить» деятельность компании точно по той стратегии, которая обеспечит удовлетворение потребностей конкретных групп потребителей.

Разделив рынок на конкретные, в какой это мере возможно, сегменты, нужно обозначить именно тот, для которого компания производит такой товар или услугу, который в большей мере окажется необходимым потенциальному покупателю, который ему захочется купить. Иными словами, нужно определить рыночную нишу – сегмент потребителей, которым продукт, производимый данным предприятием, лучше всего подходит для удовлетворения потребности.

Сегментировать (разделять) нужно сразу по нескольким факторам, потому что так целевая аудитория будет определена более точно, а значит, эффективность самого процесса сегментирования повысится и принесёт большие результаты. Чтобы понять, как разделять и по каким характеристикам, стоит разобраться в понятиях: «принципы сегментации» и «критерии сегментации». Принципы сегментации – это способ выделения сегментов на рынке, то есть это целый комплекс различных показателей, по которым весь рынок разделяют на так называемые классы. Критерии сегментации – это способ обоснованности выбора того или иного сегмента рынка, говоря другими словами, это показатель, разделяющий рынок по отношению к комплексу маркетинга [2].

Безусловно, нет какого-то чётко определённого, единого для всех способа сегментации (сегментирования) рынка, однако чаще всего используют метод, основанный на таких принципах (параметрах), как: географический, демографический, психографический и поведенческий. Основываясь на характеристиках, полученных для каждого принципа, происходит выделение сегментов [3].

Сегментация по географическому принципу предполагает деление рынка на основе географических различий. В рамках этого принципа принято делить потребителей по следующим признакам: административные (страна, регион, город, деревня, район), урбанизация населённого пункта, количество проживающих в том или ином месте, размер населённого пункта, климатические особенности территории [5].

Сегментация по демографическому признаку характеризуется разбивкой рынка, основываясь на таких показателях, как возраст, пол, гражданский или семейный статус, состав семьи, жизненный цикл семьи, доход, образование, религиозные убеждения, национальность. Деление рынка по таким переменным является самым популярным, что неслучайно, так как именно эти признаки поддаются измеримости, а также именно такие составляющие оказывают наибольшее влияние на интенсивность потребления продукта.

Сегментация по психографическому принципу. В этом случае потребителей подразделяют на группы, основываясь на следующих критериях: образ жизни, социальный класс, тип личности, жизненная позиция, ценности и установки. Такие характеристики описывают тип личности, темперамента потребителя, а также их мотивацию к покупке [3].

Сегментация по поведенческому принципу. Так, деление потребителей на сегменты происходит в зависимости от их отношения к продукту, степени использования, повод для совершения покупки.

Последние два принципа, на мой взгляд, требуют наибольшего внимания.

В качестве основы для описания сегментации по психографическому принципу взята методика VALS (Values and Lifestyles), которая актуальна для современного мира, где развивается цифровизация и информатизация.

Основа такой модели - 2 критерия: мотив покупки и черты характера потребителя.

Мотив или мотивация к совершению покупки – это некая сила, которая движет человеком, "диктуя" желание потребителя обладать тем или иным продуктом.

В рамках модели VALS мотивация классифицируется на 3 вида: мотивация, основывающаяся на стремлении к идеалу, мотивация, которая строится на основе стремления к достижению, мотивация, в основе которой стремление к самовыражению.

Так, по методике сегментации рынка VALS выделяют 8 сегментов потребителей:

- инноваторы: такие люди называются успешными, которым присущ высокий уровень самооценки. Это очень активные потребители, они стремятся выразить свои вкусовые предпочтения, независимость, также они в постоянном поиске нового опыта;

- мыслители: подходят к покупке очень ответственно, изучая всю информацию о товаре. Такие потребители всегда в курсе всех трендов, но при этом они не будут бездумно скупать все новинки, для них важна функциональность продукта;

- последователи: тип потребителей, поведение которых предсказуемо, они предпочитают покупать продукты компаний, с которыми уже знакомы, инновационные товары практически не приобретают, а если и пробуют, но с большой опаской;

- добивающиеся: имеют чёткие цели, что обуславливает особенный подход к покупке, который строится на достижении семейного благополучия, социального и профессионального роста. Они стремятся купить продукт, который экономит их время;

- старающиеся: сегмент потребителей, стремящийся успеть за модой и трендами, потому как придают большое значение тому, что о них подумают люди. Однако они ограничены в финансах, поэтому выбирают экономию на продуктах, которые не способны показать статус, лишь бы заполучить то, что поставит их наравне с группой людей с высоким достатком;

- экспериментаторы: как правило, представителями этого сегментации являются подростки и молодёжь: готовы на риск, ведут активный образ жизни, а также достаточно непредсказуемы. Импульсивные покупки в целях показателя статуса - их особенность;

- творцы: практичные потребители, их потребительское поведение строится на важных вещах, таких, как семья, дом, дети, автомобиль для комфорта, стабильность в жизни. Предметы роскоши им не интересны, главное - иметь продукты, удовлетворяющие базовые потребности и обеспечивающие комфорт [4].

Поведенческие характеристики часто используют как дополнительное выявление различий между группами потребителей, выделенных на основе других принципах, однако это так же оказывает большой эффект на качество сегментации.

Отношение к товару показывает, что аудитория может относиться к продукту агрессивно, восторженно, положительно, безразлично, отрицательно или даже враждебно.

Степень использования продукта. Существуют активные, умеренные и слабые потребители. Как правило, активных пользователей меньше, но они составляют большую часть от общего объёма потребления товара. Поэтому стоит привлекать небольшое количество активных пользователей, делать акцент на них, продвигая свой товар.

Повод для совершения покупки, например, различные семейные праздники служат поводом для покупки угощений и конфет, а свидание – для покупки цветов, значимые и важные события – для покупки дорогих украшений [3].

Приступая к сегментации рынка, необходимо опираться на принципы данного процесса, так как это обеспечит эффективное разделение потребителей на группы.

Литература и источники

1. Семенов, Н. А. Маркетинг [Текст]: учеб. пособие / Н. А. Семенов. – Тверь: ТГТУ, 2007. – С. 111-122.
2. Баранова, С. А. Основы брендинга: курс лекций и тестовые задания: учебное пособие / С. А. Баранова. – Москва: ФЛИНТА, 2021. – с. 54.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст]: краткий курс / Ф. Котлер. - Пер с англ. – Москва: Издательство Вильяме, 2007. – С. 656.
4. Викторovich, Е. С. Основные факторы и признаки психографического сегментирования в территориальном маркетинге [Текст] / Е. С. Викторovich // Вестник Брестского государственного технического университета «Экономика». – 2022. – №2. – С. 149.
5. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 315 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/469653/p.263> (дата обращения: 12.04.2024).

Научный руководитель – канд. эконом. наук, доц. Шадрин В.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

СПЕЦИАЛЬНАЯ СЕКЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ И ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 378:023.5

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ КОНЦЕПЦИИ ПРОЕКТА ЛИТЕРАТУРНО- ВЫСТАВОЧНОГО КОМПЛЕКСА «ДОМ ЛЯТУШЕВИЧА» В СТРУКТУРЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)

Агафонов И.С.

ФГБОУ ВО «Пермский государственный институт культуры»

ilya.agafonov.2016@inbox.ru

***Аннотация.** Раскрываются особенности государственной культурной политики в области сохранения историко-архитектурного наследия России. На примере концепции проекта литературно-выставочного комплекса «Дом Лятушевича» раскрыты возможности использования проектного подхода в деятельности центральных региональных библиотек.*

***Ключевые слова:** проектная деятельность библиотек, проектный менеджмент, Дом Лятушевича, Национальная библиотека Удмуртской Республики, проектный подход, сохранения национального культурного наследия*

В общемировой практике крупнейшие библиотеки, хранилища национальной литературы и книжных памятников имеют в своей структуре литературные музеи, музеи книги. Старейшие музеи при библиотеках сегодня – Немецкий музей книги и письменности при Немецкой национальной библиотеке в Лейпциге, Музей Гутенберга при библиотеке города Майнц (Всемирный музей печатного искусства), Музей книги и книгопечатания Королевской библиотеки Альберта I в Брюсселе, Музей книги Британской библиотеки в Лондоне, Музей книги Российской государственной библиотеки в Москве. Еще одним из интересных примеров служит Литературный музей при Австрийской национальной библиотеке. В регионах России практика открытия музеев в качестве библиотечных структур также широко применяется. Музей книги в течение ряда лет работает при Нижегородской областной библиотеке, мемориальный музей «Карамзинская библиотека» входит в структуру Ульяновской областной научной библиотеки, Музей книжной культуры Республики Коми организован при Национальной библиотеке.

Стоит обратить внимание и на тот факт, что музейные экспозиции библиотек, впрочем, как и сами библиотеки очень часто размещаются в исторических, знаковых для населённого пункта зданиях, сохранившихся или реконструированных мемориальных ансамблях-домах выдающихся деятелей, просветителей, издателей, типографов, библиофилов и прочих. Примером может служить Пашков дом (Румянцевский музей) одно из зданий Российской государственной библиотек.

Наличие музея в составе библиотеки создает неповторимую эмоциональную, культурную и духовную атмосферу, позволяющую посетителю почувствовать уникальность данной библиотеки, данного места и становится центром организации культурно-просветительских мероприятий библиотеки и местом привлечения туристов.

Дом З. О. Лятушевича – старейшее здание в Ижевске, построенное еще в начале XIX века по проекту архитектора С. Е. Дудина. Захарий Лятушевич (1776-1829) – первый

протоиерей Ижевска, первый крупный просветитель в истории города, основатель всех тогдашних школ и Александро-Невского собора, поэт, изобретатель, патриот, миссионер, уникальная личность по разнообразию талантов и творческой активности. Ещё до приезда в Ижевск З. О. Лятушевич был профессором Вятской духовной семинарии, где преподавал поэзию, философию, математику, геометрию и механику, а также являлся семинарским библиотекарем. Обладая литературным даром, Лятушевич сочинял и публиковал оды, канты, речи на русском, французском и латинском языках в Москве и Вятке, в дальнейшем (с 1807 г по 1810 г) отец Захарий печатался в Москве и Вятке [3].

Став благочинным Ижевского округа З. О. Лятушевич, проводил активную миссионерскую и просветительскую деятельность, в его доме организовывались вечера (музыкальные, поэтические и др.). В доме выдающегося просветителя и общественного деятеля З. О. Лятушевича нередко гостили основатель Ижевского завода А. Ф. Дерябин, архитектор Ижевского завода С. Е. Дудин, конструктор-самоучка, прозванный «удмуртским Левшой» Л. Ф. Сабакин, и другие известные деятели Ижевского оружейного завода. Когда З. Лятушевич предложил заводскому начальству выкупить дом, он рекомендовал его под культурно-просветительские, образовательные нужды. Как педагог отец Захарий предполагал, что «заводь... может поместить въ некоторыхъ залахъ оногo съ наилучшимъ удобствомъ высшіе классы здешней школы въ близи находящейся, которая ныне по количеству учеников совершенно мала и тесна (а вероятно количество учеников и еще будетъ увеличиваться), въ прочихъ же комнатахъ сего моего дома такъ же весьма удобно поместить училищную библиотеку, глобусы, математическіе и физическіе инструменты и прочіе учебные пособия ...» [3].

К заслугам З. О. Лятушевича относится еще и то, что он основал Ижевское отделение Библейского общества, став «директором комитета Ижевского отделения». Также он выступил организатором огромной по тем временам библиотеки отделения Библейского общества в Ижевске.

Фонд Национальной библиотеки Удмуртской республики

Универсальный фонд библиотеки, насчитывающий около 1,6 млн. экз. документов, включает в себя книги, рукописи, периодические издания, грампластинки, компакт-диски, электронные издания. Национальная библиотека Удмуртской Республики является крупнейшим в республике хранилищем национального библиотечного фонда, насчитывающего более 74 тыс. экз. национальных и краеведческих документов. Около тысячи экземпляров составляют издания второй половины XIX – начала XX века, треть фонда является библиографической редкостью. Библиотека обладает прижизненными изданиями выдающихся просветителей удмуртского народа, историков и этнографов Г. Г. Верещагина (1851–1930), Н. Г. Первухина (1850–1889), П. Н. Луппова (1867–1949), писателей и публицистов И. С. Михеева (1876–1937), И. В. Яковлева (1881–1931). Большую ценность представляют рукописи удмуртских писателей, база аудио мемуаров писателей, фото и видео коллекции [2].

Национальная библиотека, выполняя функции Книжной палаты Удмуртской Республики, является держателем обязательного экземпляра Удмуртской Республики – основного источника пополнения национального библиотечного фонда и обеспечивает его хранение.

В фонде редких и ценных документов собрано около 7 тыс. экз. разнообразных по содержанию, видам и языку, различных по месту и времени появления документов, имеющих большое историко-культурное значение. Среди них рукописные книги, книги кириллической и гражданской печати, книги на иностранных языках, нотные, листовые и картографические издания. Самый ранний документ – сборник богослужбных текстов «Триодь постная» – датируется 1621 годом. Библиотека обладает уникальными личными коллекциями, сформированными из частных книжных собраний известных писателей, общественных и государственных деятелей Удмуртской Республики.

Особую ценность представляют книги из личных библиотек известных оружейников Ижевска, живших в конце XIX — начале XX в. Многие из этих книг имеют владельческие знаки оружейников, в т. ч. экслибрисы, штампы, пометки на страницах. Уникальны издания, которые были переданы в фонд библиотеки в начале XX века из Бесплатной читальни Ижевского оружейного завода и Сталелитейного завода, Библиотеки Ижевского офицерского (военного) собрания [2].

Кадровое обеспечение

Библиотека обладает серьезным кадровым потенциалом. Среди ее сотрудников – не только специалисты по библиотечному делу, но и ученые, кандидаты исторических и социологических наук, профессионалы в области консервации письменных памятников, специалисты в других областях как гуманитарных знаний (филологи, историки, философы), так и естественно-научных и технических знаний.

Миссия

Литературно-выставочный комплекс «Дом Лятушевича» должен стать не просто местом собирания, хранения, изучения и экспонирования уникальных коллекций книг, рукописей, аудио, видео, фотохроники, отражающих книжную и литературную жизнь республики, но и новым городским пространством привлекательным, интересным и удобным для жителей и гостей республики.

Цели, задачи

- сохранение литературного наследия Удмуртской Республики;
- изучение, популяризация и актуализация объектов литературного наследия;
- осуществление культурно-просветительской деятельности;
- предоставление информационных услуг;
- создание условий для туристской деятельности.

Основные направления деятельности

Выставочно-экспозиционная деятельность. В рамках оригинальных выставочных проектов здесь будут экспонироваться редкие книги, уникальные рукописи. Экспозиция предполагает демонстрацию не только богатства собрания, но и глубину его исследования и описания. Экспозиция будет планироваться как многоуровневая. Будут созданы специальные тактильные зоны с возможностью для слепых и слабовидящих.

Современный посетитель – человек с гаджетом, с помощью которого он сам регулирует количество и глубину получаемой информации, поэтому планируется создание отдельного аудиогuida и приложения, элементов дополненной реальности. Интерактивные предметы и специальные устройства способствуют расширению экспозиционного пространства. Новый принцип построения экспозиции сможет продемонстрировать не только предметную составляющую, преодолев традиционные приемы визуализации академических классификаций, но и социокультурный контекст. Одним из важнейших моментов является современное дизайнерское решение пространственной среды с применением технических средств и выразительный отбор предметного ряда. Мультимедиа технологии позволят акцентировать внимание посетителя на деталях и особенностях экспонируемых предметов, на контекстах и смыслах их бытования.

Планируется создание двух постояннодействующих экспозиций:

1. «Литература Удмуртии» – показывающая историю удмуртской литературы, книжности как неотъемлемой части историко-культурного процесса, раскроет историю создания литературных произведений, творческий путь писателей и поэтов Удмуртии, бытования книги в реальном и виртуальном пространстве.

2. «Литературная жизнь Ижевского завода» или «Библиотека Дерябина».

Здесь будут представлены ценные и редкие книги, рассказывающие о круге чтения дореволюционного Ижевска – званых гостей Дома Лятушевича. Среди них книги из Библиотеки Дерябина, из личных библиотек известных оружейников Ижевска, живших в конце XIX — начале XX в. Многие из этих книг имеют уникальные владельческие знаки

оружейников города, в т. ч. экслибрисы, штампы, пометки на страницах. Будут представлены издания самого Захария Лятушевича и круг его чтения.

Также будут организованы временные выставочные проекты. В рамках выставочных проектов будут демонстрированы ценные и уникальные материалы из коллекций библиотек, частных собраний, галерей, музеев Удмуртской Республики, Российской Федерации и зарубежных стран.

Будет осуществлен обмен экспозициями с учреждениями близлежащих регионов: Пермского края, Кировской области, республик Татарстан, Башкортостан – с исторически сложившимися местами издания удмуртской книги.

Культурно-просветительская деятельность. Комплекс должен стать открытым и интересным культурным институтом для большого круга людей. Реализация форм работы от экскурсий, викторин, интернет-трансляций, уроков по краеведению и мировой художественной культуре, интерактивных занятий и творческих встреч до консультаций, круглых столов, мастер-классов, научных конференций, социокультурных программ.

Научная и издательская деятельность. Научно-издательская работа является одним из приоритетных направлений развития литературно-выставочного комплекса «Дом Лятушевича». Научная работа будет осуществляться в контексте исследований Национальной библиотеки Удмуртской Республики. Особый акцент будет сделан сбору, хранению, реставрации и изучению рукописей удмуртских писателей. Дом Лятушевича станет открытой площадкой для всех ученых-исследователей с возможностью получения хранящихся здесь документов.

Архитектурно-пространственное развитие. Литературно-выставочный комплекс представляет собой гармоничное сочетание следующих зон:

- зоны основных постоянных экспозиций,
- пространства временных выставок,
- читальный и мультимедийный лекционный зал,

Региональный центр Президентской библиотеки им. Б. Н. Ельцина, интерактивная площадка «Экспериментариум» – площадка для увлекательного изучения законов точных наук. Она позволяет не только привлечь школьников к увлекательному экспериментальному изучению наук, но подчеркнуть личные разносторонние интересы и устремления Лятушевича как учителя, преподавателя различных наук. Он много сделал для школьного образования, сам преподавал геометрию и механику, был неравнодушен к техническим нововведениям и даже изобретал.

В целях экономии пространства зоны хранения будут располагаться в основном здании Национальной библиотеки УР.

Основополагающим принципом создания проекта функционального зонирования музея является использование архитектурных и планировочных особенностей здания памятника архитектуры. Привязка функциональных зон к сложившейся планировочной структуре позволит минимизировать вмешательство в архитектуру памятника и сохранить его подлинность.

Объединенная прилегающая территория «Дома Лятушевича» и основного здания Национальной библиотеки позволят реализовать небольшое общественное пространство под открытым небом для проведения культурно-просветительских мероприятий. В оформлении и озеленении прилегающей площадки будут использованы элементы аптекарского огорода как напоминание о том, что Захарий Лятушевич был создателем первого в городе аптекарского огорода [1;3].

Межрегиональные и международные связи

С точки зрения участия в республиканской экономике, повышения туристической привлекательности города представляется необходимым сделать музей интересным местом для иногородних и иностранных гостей.

Одна из потенциальных аудиторий – это достаточно широкий круг ученых, студентов и любителей, занимающихся вопросами финно-угорской культуры, языкознания и литературы. На сегодняшний день Национальная библиотека УР тесно сотрудничает со многими научными, образовательными и культурными институтами финно-угорских регионов. Из зарубежных стран достаточно тесные контакты сложились с Финляндией, Германией, Венгрией, Эстонией, Израилем и странами СНГ.

Сегодня достаточно активно ведутся научные изыскания в области российской эмиграции, дальневосточной эмиграции. Выставочные и исследовательские проекты в «Доме Лятушевича» могут представлять интерес для исследователей и потомков эмигрантов, чья судьба была связана с жизнью Ижевского завода [1;2].

Литература и источники

1. Агафонов, И. С. Эффективность библиографического информирования (гуманитарно-методологические аспекты) / И. С. Агафонов, Н. П. Нагибина // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2023. – Т. 9. – № 3. – С. 165-174. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54652803> (дата обращения: 18.04.2024).

2. Агафонов, И. С. Национальная электронная библиотека Удмуртской Республики как ресурс сохранения и популяризации культурного наследия Удмуртии / И. С. Агафонов, К. П. Чуприн // Библиотеки в культурном пространстве региона: концентрация опыта и генерация идей. Сб. мат-лов науч.-практич. конф., посвященной 185-летию ПГКУБ им. А. М. Горького / С. В. Пигалева (науч. ред.), А. В. Костицина (ред.). Пермь, 2022. – С. 106-110. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48307024> (дата обращения: 18.04.2024).

3. Шумилов, Е. Ф. Город-завод на Иже в Первую Мировую войну / Е. Ф. Шумилов // Иднакар: методы историко-культурной реконструкции. – 2014. – № 7 (24). – С. 5-35.

Научный руководитель – канд. эконом. наук, доц. Нагибина Н.П., ФГБОУ ВО «Пермский государственный институт культуры»

УДК 37.04

О ВОЗМОЖНОСТЯХ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В УСЛОВИЯХ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ

Вепренцева А.Е.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный педагогический университет
им. В. П. Астафьева»

vveprencevaa@gmail.com

Аннотация. В условиях непрерывного развития педагогических и цифровых технологий их объединение становится все более очевидным и неизбежным. Одним из сценариев развития данного объединения автор считает возможность применения искусственного интеллекта для профориентации, актуализации и контрольных срезов в образовании. Помимо педагогической идеи в работе предлагается механизм реализации посредством бенчмаркинга и SWOT-анализа.

Ключевые слова: персонализированное образование, искусственный интеллект, профориентация, бенчмаркинг, swot-анализ, абитуриент, студент.

С каждым годом доступ к информации становится все более обширным и разнообразным, а потребности школьников и студентов все более конкретизированными.

Стандартизированный подход постепенно отходит на второй план, уступая персонализированному.

Одной из ведущих характеристик системы образования является ее мобильность и адаптивность к окружающим условиям. На данный момент образование развивается в сторону индивидуализации, т.е. развивается и внедряется персональный подход к каждому обучающемуся.

Под персонализированным образованием принято понимать способ реализации образовательного процесса, направленный, прежде всего, на развитие личности учащегося, его личностного потенциала [1].

Персонализация образования способствует повышению учебной мотивации. При соответствии учебного материала интересам и уровню подготовки, ученики проявляют больший интерес к обучению и демонстрируют более высокие результаты. Данный фактор способствует развитию самостоятельности и ответственности школьников и студентов за качество и эффективность своего обучения.

В условиях ускоренного развития и цифровой трансформации всех сфер жизни система образования также претерпевает ряд преобразований. В образовательные процессы на всех уровнях активно включаются современные информационные технологии, реализуются практики активных методов обучения, происходит интенсивное развитие цифровой образовательной среды.

Набирающий популярность и расширяющий области реализации искусственный интеллект сочетает в себе базисы информационных, математических, биологических и психологических наук, со временем он также займет свою нишу в системе образования. Искусственный интеллект на данном этапе своего технологического развития и развития человеческого сознания не способен заметить всю классическую школу системы образования, но в ближайшей перспективе способен эффективно ее дополнить в качестве вспомогательного инструмента в области профессиональной ориентации.

Автор данной статьи видит дальнейшую интеграцию системы образования и искусственного интеллекта именно в профессиональной ориентации обучающихся старших классов общеобразовательных школ (помощь при поступлении в высшее учебное заведение), студентов средних профессиональных и высших учебных заведений (проведение контрольных срезов, оценка степени удовлетворенности и эффективности текущего образования, поиск возможностей развития узконаправленных профессиональных компетенций, помощь с определением дальнейшего места обучения при наличии желания у студента развиваться в профессиональной и научной сферах).

Для выпускников школ программа искусственного интеллекта поможет определиться с набором экзаменов, входящих в государственную итоговую аттестацию, с анализом наибольшей вероятности зачисления, с подбором подходящих программ обучения, с формой обучения и учебным заведением на основе индивидуальных особенностей. Один из возможных вариантов развития искусственного интеллекта в сфере профессиональной ориентации - оценка региона обучения/проживания на основе состояния физического и психологического здоровья абитуриента.

Для обучающихся средних профессиональных и высших учебных заведений искусственный интеллект будет принимать участие в контрольных срезах оценки уровня удовлетворенности образовательными услугами, помогать при анализе психологической диагностики эмоционального выгорания у студентов, способствовать качественному профессиональному развитию, искать и предлагать программы повышения квалификации, подбирать индивидуальные планы карьерного развития обучающегося (программы стажировок, подходящие вакансии). Также для студентов будет релевантно использовать искусственный интеллект аналогично абитуриентам - поиск дальнейших программ обучения (магистратура, аспирантура и докторантура).

Используя только человеческие педагогические и психологические ресурсы, невозможно провести индивидуальную оценку и построить верную стратегию развития для каждого обучающегося.

Автор предлагает разработать профориентационный искусственный интеллект на основе бенчмаркинга (от англ. “bench mark” - начало отсчета). Это метод использования чужого опыта, передовых достижений лучших организаций, отдельных специалистов для повышения эффективности.

Бенчмаркинг используется для измерения производительности с использованием определенного показателя (затраты на единицу измерения, производительность на единицу измерения, время цикла на единицу измерения или дефекты на единицу измерения), в результате чего получается показатель производительности, который затем сравнивается с другими [2].

Для работы искусственного интеллекта стоит применить следующие разновидности бенчмаркинга:

1. Общий бенчмаркинг - анализ и восприятие передового опыта людей/организаций, действующих в других отраслях (сравнение передовых технологий разных образовательных организаций и предприятий);

2. Внутренний бенчмаркинг - сравнение эффективности работы разных подразделений одной организации и восприятие, предложение к внедрению конкретных лучших приемов и процессов (сравнение факультетов внутри выбранной образовательной организации/сравнение программ стажировок и вакансий, возможности карьерного роста внутри одной организации);

3. Функциональный бенчмаркинг - сравнение организаций одной отрасли, не обязательно прямых конкурентов (сравнение всех возможных вариантов для обучения/работы из совокупной выборки);

4. Конкурентный бенчмаркинг - сравнение с аналогами прямых конкурентов (выявление конкурентных преимуществ выбранных образовательных организаций/работодателей).

Обобщенные результаты проведенного бенчмаркинга будут выдаваться обучающимся в виде краткого swot-анализа. SWOT-анализ — метод анализа, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: сильные (S) и слабые (W) стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, (то есть тем, на что сам объект способен повлиять); возможности (O) и угрозы (T) являются факторами внешней среды (то есть тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом) [3].

Абитуриент/студент получит только обобщенные результаты анализа, созданные искусственным интеллектом. Поскольку машина все еще не способна учитывать детерминанты личности (группы факторов, предопределяющие формирование и развитие личности). Полученные результаты станут опорой для дальнейшей работы с опытными и высококвалифицированными педагогами, психологами, профориентологами. Конечный выбор принимает сам абитуриент/студент, основываясь на социальном, семейном, финансовом, культурном, психологическом и физиологическом факторах.

Кроме профориентационной составляющей искусственный интеллект также может участвовать в разработке индивидуальных образовательных маршрутов. Благодаря алгоритмам абитуриент/студент сможет выявить свои сильные и слабые стороны, провести диагностику уровня имеющихся знаний, получить рекомендации к персональному плану обучения.

Другим важным аспектом применения искусственного интеллекта в образовании является его способность создавать новые образовательные ресурсы на основе ранее апробированных материалов. Он может анализировать существующие данные и разрабатывать новые учебные пособия, задания, профориентационные и деловые игры,

предлагать новые методики активного обучения, которые делают образовательный процесс более увлекательным для обучающихся.

Таким образом, внедрение искусственного интеллекта в условиях персонализации системы образования будет способствовать повышению качества и эффективности образовательного процесса как на школьном уровне, так и на уровне средних профессиональных и высших учебных заведений.

Литература и источники

1. Леонтьев, Д. А. Саморегуляция, ресурсы и личностный потенциал / Д. А. Леонтьев // Сибирский психологический журнал. – Москва: Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики", 2016. – С. 18-37.

2. Файфер, Р. М. (1989). Сравнительный анализ затрат функционирует в цепочке создания стоимости. Стратегия и лидерство, 17 (3), 18-19.

3. Майсак, О. С. SWOT-анализ: объект, факторы, стратегии. Проблема поиска связей между факторами / О. С. Майсак // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. – 2013. – № 1 (21). – С. 151-157. – ISSN 2074-1707.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Лиценберг И.И., ФГБОУ ВО «Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева»

УДК 364

МОЛОДЕЖНАЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ: ЗАБОТА О БЕЗДОМНЫХ ЖИВОТНЫХ В РОССИИ

Воскобойник Д.Е., Нахаев Н.И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
dana.voskoboynik.04@bk.ru, nik.nakhayev@bk.ru

Аннотация. В статье раскрывается суть и значимость благотворительности на примере проекта «Сибирское сердце», разработанного студентами Института экономики и управления, Кемеровского государственного университета. Одно из приоритетных направлений проекта – это поддержка и оказание помощи животным, находящимся в приютах.

Ключевые слова: благотворительность, благотворительные организации, студенты, бездомные животные, поддержка, помощь.

Сегодня благотворительность представляет собой область деятельности, в которой личность и общество могут реализовать важные социально-экономические функции, которые основаны на сочувствии, милосердии, желании и готовности оказать необходимую помощь нуждающимся.

В современном мире существует множество разных видов, направлений и форм благотворительной деятельности. К примеру, финансовая поддержка образовательных, социальных и культурных проектов, помощь детям – сиротам, инвалидам, пожилым людям, а также, что тоже немаловажно, бездомным животным. Помощь бездомным животным - это одно из наиболее приоритетных направлений благотворительности, которое направлено на улучшение условий содержания животных, которые по разным причинам остались без дома и любящей семьи. Именно поэтому молодежь, которая выступает за бережное отношение к

бездомным животным, позиционирует свою деятельность, как значимую форму благотворительности.

В Российской Федерации функционирует немало количество благотворительных организаций, фондов и инициатив, которые направлены на помощь приютам для животных. Они занимаются спасением и заботой о бездомных животных, предоставляя им пищу, кров и медицинскую помощь. В последнее время особо наблюдается стабильный рост благотворительной активности населения нашей страны на 20%. Это говорит о том, что всё больше людей осознает важность заботы о животных и готовы вкладывать свои ресурсы в эту благородную деятельность. Благодаря усилиям этих организаций тысячи бездомных животных ежегодно получают шанс на новую жизнь и любящих хозяев.

Кемеровская область - Кузбасс не является исключением. На данный момент благотворительность в Кузбассе продолжает набирать популярность, жители региона чаще стали принимать активное участие в помощи нуждающимся, появляются различные организации, программы и инициативы, которые вносят большой вклад в благотворительность. Также в Кемеровской области на данный момент насчитывается 12 частных приютов для животных, где тысячи питомцев ожидают момента, когда обретут новый дом. Исходя из этого, можно утверждать, что Кузбасс становится все более активным участником благотворительного движения, и это проявляется не только в увеличении числа организаций и программ, но и в растущем количестве людей, готовых оказывать помощь тем, кто в ней нуждается.

Благотворительность играет важную роль в современном обществе, и студенты Кемеровского государственного университета (КемГУ) активно участвуют в его продвижении и развитии. Одна из таких организаций является «Сибирское сердце». В рамках студенческой деятельности важно было создать такую единую организацию, которая бы занималась активной благотворительной деятельностью на базе КемГУ.

Актуальность: проект «Сибирское сердце», разработанный студентами, представляет собой пример эффективной волонтерской деятельности, направленный на поддержку и помощь нуждающимся. Особое внимание уделяется поддержке животных, находящихся в приютах, что подчеркивает многогранность и широту подхода к решению социальных проблем.

Цель: оказание необходимой помощи и поддержки животным, попавшим в приют, путем проведения благотворительных мероприятий.

В рамках данного проекта студенты, как будущие лидеры и профессионалы, могут использовать свои знания и навыки для создания и реализации проектов, направленных на благотворительную помощь. Это позволит им не только получить практический опыт работы в благотворительной сфере, но и развить свои лидерские качества, навыки в организации мероприятий. Также важно отметить, что такой проект может стать платформой для обмена опытом и знаниями между студентами разных специальностей и университетов.

Благотворительность является важным социально-экономическим инструментом, который позволяет людям проявлять милосердие и сочувствие, помогая нуждающимся. В России, включая Кемеровскую область – Кузбасс, растет число благотворительных организаций, программ и инициатив, а также увеличивается количество людей готовых оказать необходимую помощь. Студенты в том числе активно участвуют в благотворительном движении, в том числе через проект «Сибирское сердце».

Таким образом, благотворительность играет значимую роль в современном мире. Ведь благодаря ей люди могут получать необходимую помощь, дети-сироты обретать семьи, а бездомные животные – новый дом. Она объединяет не только людей вокруг, но и зарождает новые волонтерские инициативы для неравнодушных людей.

Литература и источники

1. Ерошева, К. А. Почему важно помогать бездомным животным / К. А. Ерошева. – Текст: электронный // Информационно-образовательный портал «Академия педагогических проектов Российской Федерации» [сайт] – URL: <https://педпроект.рф/edu-04-2023-pb-118477> (дата обращения: 20.04.2024).
2. Литвинова, И. Н. Благотворительность и волонтерство как важный сегмент гражданского общества / И. Н. Литвинова // Система ценностей современного общества: сборник материалов XXXII Международной научно-практической конференции/ Под общ. ред. С. С. Чернова. – Новосибирск: Изд-во: ЦРНС, 2013. – С. 116-122. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/blagotvoritelnost-i-volonterstvo-kak-vazhnyy-segment-grazhdanskogo-obschestva> (дата обращения: 25.04.2024).
3. Макарова, З. И. Волонтерская помощь приюту бездомных животных «Берегиня» / З. И. Макарова. – Текст: электронный // VII Международный конкурс научно-исследовательских и творческих работ учащихся «Старт в науке» [сайт] – URL: <https://school-science.ru/7/16/40106> (дата обращения 27.04.2024).
4. Сычева, А. С. Место и роль благотворительности в России / А. С. Сычева. – Текст: электронный // Общество и экономика в зеркале современной науки. – 2015. – С. 124 – 127. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23666813> (дата обращения: 01.05.2024).
5. ФБГОУ ВО ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»: официальный сайт. – Кемерово. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://kemsu.ru> (дата обращения: 11.04.2024).
6. Федеральное отраслевое издание «Ветеринария и жизнь»: официальный сайт. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://vetandlife.ru> (дата обращения: 29.04.2024).
7. Фонд «Добро вместе»: официальный сайт. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://dobrovместе.ru> (дата обращения: 28.04.2024).
8. Фонд «Симбиоз Добра»: официальный сайт. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://simbios-dobra.ru> (дата обращения: 25.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Корчагина И.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 351.71

ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА

Гафурова З.Б.

ALIKHAN VOKEIKHAN UNIVERSITY
zarinaabu512@gmail.com

Аннотация. В статье рассмотрены основные модели государственно-частного партнерства, изучены риски и их последствия для участников бизнеса, изучен положительный эффект взаимодействия государства и бизнеса.

Ключевые слова: проект, риск, базовые модели, модель ГЧП, эффективное управление.

Особенности создания и реализации ГЧП, отображение которых прослеживается во многих международных документах, позволяет нам выделить следующее понятие модели ГЧП - это прежде всего, конкретный проект реализации взаимодействия государства и бизнеса, имеющий в своей основе законность и прозрачность в процедуре отбора участников данного процесса, привлечение которых необходимо для решения многих задач политики

государства в области экономики.

Точные механизмы и инструменты характерны для каждой из моделей ГЧП, которые являются значимой частью отношений в области: права, финансов, таможи, налогов, управления.

Основным преимуществом ГЧП является высокий уровень результативности по осуществляемым проектам, прежде всего за счет взаимодействия с государством, которое позволяет использовать комбинирование ресурсов и компетенций обоих участников данного процесса.

Кроме этого, явным преимуществом реализации проектов ГЧП можно выделить такие как прозрачность и отчетность реализации совместных проектов, распределение рисков между участниками.

В рамках реализации проектов ГЧП выделяют пять основных моделей сотрудничества государства и бизнеса. Особые формы собственности, финансирования и управления такие характеристики прослеживаются в этих основных моделях сотрудничества, которые представлены в таблице 1, при этом «Ч» обозначает частная (-ое) собственность (управление, финансирование), а «Г» – государственная (-ое).

Таблица 1 – Базовые модели ГЧП

Модели	Собственность	Управление	Финансирование
Операторная	Ч / Г	Ч	Ч
Кооперационная	Ч / Г	Ч / Г	Ч / Г
Концессионная	Г	Ч / Г	Ч / Г
Договорная	Ч / Г	Ч	Ч
Лизинговая	Ч	Ч / Г	Ч / Г
Примечание - Составлена автором на основе источника [1]			

Выбор модели на практике predetermined, прежде всего, сферой экономики, в которой планируется осуществление того или иного проекта.

Предопределение выбора модели государственно-частного партнерства на практике может быть обусловлено различными факторами, такими как доступность финансирования, сложность проекта, его масштаб, сроки реализации, специфика отрасли и другие.

На практике часто выбирают следующие модели государственно-частного партнерства:

Концессии - частный партнер получает право эксплуатации объекта инфраструктуры на определенный срок с целью получения прибыли. Примером может служить проект строительства и эксплуатации дорог или аэропортов.

Долгосрочные арендные отношения - государство передает объект инфраструктуры в аренду на длительный срок частному партнеру, который обязуется обеспечить эффективное управление и развитие данного объекта.

Совместные инвестиции - государство и частный партнер вкладывают средства в совместный проект, разделяя риски и прибыль. Такая модель может быть применена, например, при строительстве новых объектов инфраструктуры.

Выбор конкретной модели государственно-частного партнерства на практике рассматривается с учетом всех вышеперечисленных факторов и целей проекта, а также возможности обеспечения эффективного сотрудничества между государственными и частными структурами [2].

Типовой модели ГЧП нет, что, в свою очередь, указывает на разнообразие форм взаимодействия государства и бизнес-структур в процессе реализации инвестиционных проектов на основе ГЧП.

Следует отметить, что во взаимодействии государственного и частного секторов, где практически все риски и ответственность возлагаются на одну из сторон, не относятся к ГЧП. Проекты ГЧП всегда предполагают солидарную ответственность участников. В

таблице 2 представлены основные риски, которым подвластны обе стороны партнерства (не является исчерпывающим).

Таблица 2 – Характерные риски для каждого участника ГЧП

Общие	Для государства	Для бизнеса
- смена политической власти, изменения законодательства; - оценка будущей стоимости проекта недостоверна; - положения контракта существенно изменяются; - рыночный риск (недостаточность спроса); - макроэкономический риск (изменение курса валюты, инфляция и т.д.); - экологический риск; - форс-мажорные обстоятельства и т.д.	- квалификация государственных служащих на низком уровне; - потеря контроля над государственной собственностью; - качество предоставляемых услуг на низком уровне; - повышение стоимости услуг для конечных потребителей; - смена контрагента; - изменение сроков поставок или игнорирование принятых нормативов и т.д.	- рост капитальных затрат, операционных издержек; - неоплата требований; - технический риск (быстрое устаревание оборудования, техники производства); - конструкционные риски (ошибки в технике конструкторства, превышение бюджета или сроков строительства); - риски, связанные с оперативным управлением (высокая стоимость поддержания реализации объекта); - рост процентных ставок по заемным средствам и т.д.
Примечание - Составлена автором на основе источника		

Минимизация рассмотренных выше рисков достигается за счет их эффективного управления и максимального распределения в течении всего периода исполнения инвестиционного проекта ГЧП. Сюда включены такие компоненты как:

- определение и идентификация рисков;
- анализ и оценка рисков;
- определение метода и мер управления рисками;
- предотвращение и контроль риска;
- финансирование риска и оценка результатов.

На протяжении всего периода реализации проекта должен проводиться мониторинг рисков, что подтверждают данные таблицы 3. Так как, определение рисков на начальном этапе любого проекта, позволяет предопределить неблагоприятные расходы для всех участников проекта. Минимизация рисков увеличивает эффективность реализации механизма ГЧП, тем самым достигая максимум положительных эффектов от взаимодействия государства и бизнеса.

Таким образом, модель взаимодействия государства и бизнеса является эффективным инструментом для развития инфраструктуры и социальной сферы, а также способствует привлечению инвестиций и оптимизации использования ресурсов.

Литература и источники

1. Шамхалов, Ф. И. Государство и экономика. Власть и бизнес / Ф. И. Шамхалов. – М.: Экономика, 2018. – 310 с.
2. Варнавский, В. Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски / В. Г. Варнавский. – М.: ИМЭМО РАН, 2007. – 215 с.
3. Кусаинов, М. А. ГЧП в Казахстане: состояние, проблемы, перспективы / М. А. Кусаинов. – Режим доступа: zakon.kz/191243-gchp-v-kazakhstane-sostojanie-problemy.html

Научный руководитель - магистр экон. наук, старший преподаватель Кусаинова А.Б.,
ALIKHAN BOKEIKHAN UNIVERSITY

УДК 336

ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ИТ-ОТРАСЛИ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Голова В.Д.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
golovavioletta@gmail.com

Аннотация. В данной статье оценивается финансовое положение ИТ-отрасли и долевое участие данного сегмента экономики в общем объёме ВВП России. Представлены результаты анализа современного состояния ИТ-отрасли, определены основные тренды и перспективы в её развитии. Изучены меры по поддержке данной сферы со стороны государства. Проведена экспресс-оценка финансового состояния двух ИТ-компаний, занимающих разные позиции: одна компания входит в топ-100 лучших ИТ-компаний, другая - в рейтинг быстро развивающихся организаций.

Ключевые слова: ИТ-отрасль, ИТ-компании, государственная поддержка ИТ-компаний, «3Logic Group», «Тринити солюшинс».

В современном мире развитие технологий, интернета и появление новых ИТ-продуктов стало важной частью нашей жизни. Они способны выполнять за нас различные функции, помогать нам в решении возникающих проблем. С развитием интернет-технологий изменились многие процессы в бизнесе, поменялась структура рынка труда, и в целом ИТ-сфера изменила жизнь всего населения, так как информационные технологии стали использоваться почти во всех отраслях, при этом повысив их эффективность. Возрастает потребность в развитии системы умных городов и домов, программ, приложений, искусственного интеллекта и нейросетей. Количество ИТ-компаний с каждым годом становится всё больше, доля данной сферы в экономике имеет положительную динамику. По итогам 2023 года доля ИТ-отрасли в общем объёме ВВП России составляет около 2%. В 2021 году данный показатель был менее 1% [1]. Эксперты отмечают, что сфера ИТ развивается ускоренными темпами, несмотря на внешнеполитическую и экономическую нестабильность в мире. На данный рост оказало значительное влияние уход иностранных вендоров, что поспособствовало развитию политики импортозамещения, так как данный рынок быстро отреагировал на появление свободной ниши. Значительная поддержка от государства, изменения в законодательстве также стали стимулом в развитии отечественной ИТ-индустрии [2].

Оценивая отрасль ИТ в целом, можно сделать следующие выводы. Динамика по количеству юридических компаний с 2020 года была нестабильной, так как в 2021 году их количество резко сократилось (на 3 тысячи компаний), но к 2023 году ситуация изменилась в лучшую сторону, и сейчас количество юридических компаний составляет 110 314 единиц в сфере ИТ. Среди индивидуальных предпринимателей ситуация была более благоприятной, так как наблюдается положительный рост числа компаний с 134 тысяч до 155 тысяч субъектов. В 2019 году было ликвидировано свыше 18 тысяч юридических компаний, но данный показатель к 2023 году снизился до 6 тысяч. В 2022 году наблюдался скачок среди зарегистрированных юридических компаний. В целом ситуация к 2023 году стала улучшаться, но количество компаний по сравнению с 2019 годом стало значительно меньше.

Если рассматривать по виду деятельности данных компаний, то можно отметить, что около 54% занимает разработка ПО, 18,3% - информационные технологии. По размеру компаний преобладают микропредприятия. Рассмотрим специфику ИТ-сферы среди индивидуальных предпринимателей. Пик зарегистрированных компаний приходится на 2021 год, а ликвидированных - на 2022 год. С 2019 года происходили резкие скачки в росте компаний, но к 2023 году показатель остался приблизительно равным показателю 2019 года. По видам деятельности, как и у юридических компаний преобладает разработка ПО (64%) и информационные технологии (19,1%). В целом, можно заключить, что значительная ликвидация компаний в ИТ-сфере была вызвана уходом иностранных вендоров, но несмотря на это, ИТ-сфера продолжает развиваться и набирать обороты. ИТ-сектор успешно противостоит воздействию санкций и развивается быстрее многих других секторов экономики. По предварительной оценке, выручка ИТ-компаний за 2023 год составила 5,5 трлн. рублей и увеличилась на 43%. Количество специалистов увеличилось на 13% и составило 857 тысяч человек [3].

Такое быстрое развитие ИТ-отрасли обусловлено тем, что со стороны государства применяется множество мер по поддержке ИТ-компаний и специалистов. Со стороны президента РФ были поручены Правительству РФ требования для ускоренного развития ИТ-отрасли, которые касаются налоговой нагрузки, трудоустройства, сферы образования, жилищных вопросов и другие. Для ИТ-компаний существуют налоговые льготы, для аккредитованных компаний установлена нулевая ставка по налогу на прибыль на период до 31 декабря 2024 года. Для некоторых специалистов, работающих в аккредитованных компаниях, есть отсрочка от армии. Для улучшения жилищных условий предлагается льготная ипотека, также есть льготные кредиты. По Указу Президента РФ от 02.02.2022 №83 были отменены выездные проверки ИТ-компаний. Была усилена грантовая поддержка для проектов в сфере ИТ. В 2024 году президентом РФ было поручено Правительству разработать национальный проект «Экономика данных и цифровая трансформация государства» для стимулирования развития сферы ИТ. В сфере образования государство способствует повышению бюджетных мест в ВУЗах по техническим и ИТ специальностям [4].

Если опираться на все разработанные меры и разрабатываемые национальные проекты по поддержке ИТ-компаний, то можно предположить, что данная сфера будет продолжать активно развиваться, и доля ИТ-отрасли в общем объеме ВВП значительно увеличится. Государство РФ будет продолжать инвестировать в данную отрасль, поддерживать инновации и проекты.

Компания «3Logic Group» занимается сборкой (производством) компьютерного оборудования, розничной торговлей через интернет-площадки. Данная компания в 2022 году заняла 10 место среди крупных ИТ-компаний по версии делового портала TAdviser. Согласно бухгалтерскому балансу за 2023 год, валюта баланса компании с 2021 года по 2023 год выросла в 3 раза. Значительно возросли оборотные активы и краткосрочные обязательства почти в 2 раза. Выручка компании за весь рассматриваемый период увеличилась в 2 раза. Если рассматривать общую рентабельность предприятия, то с 2022 года она снизилась на 7% и составила 14,79% в 2023 году. Рентабельность собственного капитала в 2023 году также снизилась на 38% и составила 54%. У компании высокие показатели по отдаче всех активов, оборачиваемости наиболее ликвидных активов и отдаче собственного капитала [5].

Оценим тип состояния баланса и зоны риска по Шадриной Г. В. Если рассматривать ликвидность баланса организации по классической системе уравнений, то можно заключить, что у баланса нормальная ликвидность, а платежеспособность находится в зоне допустимого риска. Оценка ликвидности баланса по интегральной системе уравнений привела к менее оптимистическим результатам: наблюдается нарушенная ликвидность, а платежеспособность находится в зоне критического риска. Коэффициент критической ликвидности с 2021 года по

2023 год изменялся, в 2022 году он находился в пределах нормы, в 2023 году наблюдается небольшое снижение данного показателя. Но можно сделать вывод, что организация способна рассчитаться по своим обязательствам. Оценивая финансовую устойчивость данной компании, можно отметить, что компания зависит от внешнего финансирования и не обладает автономией, но эти два показателя имеют положительную тенденцию и стремятся к норме. В целом компания «3Logic Group» имеет нормальное финансовое состояние, оно платежеспособно, но, из-за сильной закредитованности, не обладает финансовой устойчивостью. Следует отметить, что данная компания не пользовалась средствами государства, согласно пояснению к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах. «3Logic Group» в 2024 году заключила партнерское соглашение с «ОТР 2000», в рамках которого они будут помогать в стратегии импортозамещения.

Компания «Тринити солюшинс» в 2022 году входила в список быстроразвивающихся компаний по версии делового портала TAdviser. Данная компания занимается производством компьютеров, компьютерной техники и оптовой торговлей компьютерными комплектующими. Анализируя бухгалтерский баланс за период с 2021 по 2023 год, в динамике можно отметить ритмию валюты баланса: за 2022 год валюта баланса сократилась на 9%, а в 2023 году выросла на 71%. В активах преобладают оборотные активы, в пассивах краткосрочные обязательства. Выручка компании имеет положительную тенденцию, с 2021 года она выросла на 84% [6]. Общая рентабельность предприятия в 2023 году составляет 5,6%, что ниже рентабельности компании «3Logic Group», и наблюдается отрицательная тенденция данного показателя. Рентабельность собственного капитала также имеет тенденцию к снижению, в 2023 году снизилась на 5% и составила 20%. Оценим тип состояния баланса и зоны риска по Шадриной Г. В. Если оценивать ликвидность баланса по классической системе уравнений, то в 2021 году наблюдалось нарушение ликвидности, а платежеспособность находилась в критической зоне. С 2022 года ситуация улучшилась, ликвидность баланса стала нормальной, и платежеспособность попала в зону допустимого риска. Если же оценивать баланс по интегральной системе уравнений, то с 2021 года ситуация не изменялась. Коэффициент абсолютной ликвидности и коэффициент критической ликвидности имеют положительную тенденцию и, начиная с 2021 года, приближаются к норме. Но у коэффициента текущей ликвидности наблюдается отрицательная тенденция, с каждым годом показатель становится ниже нормы. Данные показатели свидетельствуют о том, что компания не сможет своевременно покрывать текущие обязательства, но оно всё еще остается платежеспособным. Оценивая финансовую устойчивость, можно отметить, что компания «Тринити солюшинс» имеет неустойчивое финансовое положение, так как она не автономна (показатели за период с 2021 по 2023 год находятся ниже нормы и не изменяются) и зависит от внешнего финансирования (показатели ниже нормы и также не изменяются со временем).

Делая вывод, можно заключить, что сфера ИТ активно развивается. Со стороны государства идёт мощная поддержка, так как в эпоху цифровизации экономики это направление является приоритетным для страны. Выделяются огромные средства на поддержку ИТ-компаний и специалистов в этой области. Сфера ИТ очень дорогостоящая, поэтому у компаний этой отрасли наблюдается высокий уровень закредитованности, несмотря на рост валюты баланса, выручки и чистой прибыли, поэтому необходимо продолжать поддерживать ИТ-компании, особенно в период политической и экономической нестабильности в мире.

Литература и источники

1. TAdviser, Государство. Бизнес. ИТ [Электронный ресурс]. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%A2-%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 (дата обращения: 13.04.2024).

2. Спарк [Электронный ресурс]. – URL: <https://spark-interfax.ru/statistics> (дата обращения: 13.04.2024).

3. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/50059/> (дата обращения: 13.04.2024).

4. Мой бизнес [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/anticrisis/meru-podderzhki-it-kompaniy> (дата обращения: 13.04.2024).

5. Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности [Электронный ресурс]. – URL: <https://bo.nalog.ru/organizations-card/9462925> (дата обращения: 16.04.2024).

6. Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности [Электронный ресурс]. – URL: <https://bo.nalog.ru/organizations-card/2460026> (дата обращения: 16.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Черниченко С.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 336.221

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ НАСЛЕДОВАНИЯ И ДАРЕНИЯ В РОССИИ

Коростина Е.С.

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»
korostina_kate@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрено налогообложение наследования и дарения в России и зарубежных странах. Проанализирована возможность и целесообразность введения налога на наследование и дарения в России.

Ключевые слова: налогообложение наследования, налогообложение дарения, имущество, НДФЛ, госпошлина.

Налогообложение наследования и дарения является дискутируемым вопросом в РФ, при этом налогообложение доходов, получаемых в результате наследования или дарения, является дополнительным источником налоговых доходов бюджетов. В мировой практике налоги на наследования или дарения используется широко. Насчитывается около 85 зарубежных стран, в законодательстве которых предусмотрены данные налоги. В Налоговом кодексе Российской Федерации четко закреплено отсутствие самостоятельного налога на наследования или дарения, вне зависимости от вида объекта наследования / дарения и его стоимости. При этом доходы, полученные в результате наследования или дарения (в случае наследования – всё имущество, а в случае дарения, если предметом такой сделки является недвижимость, транспортные средства или акции, доли, паи) в отдельных случаях подлежат налогообложению НДФЛ, кроме того, сами операции наследования или дарения этих видов имущества подлежат налогообложению государственного пошлиной. Прочие виды имущества налогообложению при дарении не подлежат.

Физическое лицо может завещать недвижимость, транспорт, деньги, земельный участок и другое имущество. Важным условием является то, что наследство должно приниматься целым в полном объеме, отказ от какой-то его части запрещен. Налог на имущество, получаемое в результате наследования, оплачивают наследники (Таблица 1). Во всех зарубежных странах, представленных в таблице 1, введены налоги на наследование.

Таблица 1 – Налогообложение наследования

Страна	Ставка	Кто освобождается от уплаты
Россия	0,3-0,6% - государственная пошлина	Несовершеннолетние наследники и др.
Великобритания	40%	Супруг или супруга
Болгария	6,6%	Прямые наследники
Швейцария	от 20% до 40%	Родственники наследодателя
Германия	от 7 до 50%	–
Франция	От 5% до 60%	Супруг или супруга

Из данной таблицы делаем вывод, что в России для наследников имущества благоприятные условия. В остальных же странах ставка на этот налог достаточно велика, особенно в Германии и Франции из-за применения прогрессивной ставки, зависящей от степени родства. В Швейцарии налог на наследство или дарение взимается только при передаче недвижимости лицу, не являющемуся родственником наследодателя. По меньшей ставке платят супруги и дети, являющиеся близкими родственниками. Канцлер Казначейства Великобритании в конце 2023 года выступил с предложением уменьшить ставку по налогу на наследование и дарения в два раза или вообще отменить его, поступления по нему составляют около 0,3% ВВП в год [3].

Налог на наследство и дарение существовал в Союзе Советских Социалистических Республик, после его распада он просуществовал ещё 13 лет и был отменён 1 января 2006 года. Такое решение было принято вследствие его низкой фискальной и социальной эффективности [4]. Перед принятием решения, были проанализированы поступления в казну от данного налога, и было подсчитано, что бюджет получал 921 миллион рублей, что составляло всего 0,02% от всех доходов государства. В 2006 году отмена налога на наследство и дарение считалась временной мерой с возможностью его возобновления через 10-15 лет.

В России наследник не платит налог, однако при оформлении всё же придётся столкнуться с госпошлиной за выдачу свидетельства о праве на наследство. Для близких родственников она составляет 0,3% от стоимости имущества, но не более 100 тысяч рублей, остальным наследникам придётся столкнуться со ставкой 0,6%, но не более 1 миллиона рублей. От уплаты пошлины могут быть освобождены несовершеннолетние наследники, герои СССР или России, а также наследники жилья, которые жили с наследодателем и продолжают жить там же после его смерти [1].

Возобновление самостоятельного налога на наследование в настоящее время законодателями не предусматривается, однако многие исследователи сходятся во мнении о необходимости подобного налога, так как наследник получает доход, не связанный с какими-либо трудовыми усилиями, при этом мы согласны с тем, что в этом случае целесообразно использовать прогрессивную ставку налогообложения [4].

Помимо наследования безвозмездным способом передачи и получения имущества, в том числе недвижимого, является дарение. В РФ данная сделка также облагается государственной пошлиной, которая представляет собой налог, удерживаемый с полученных доходов. В России при дарении недвижимости близкому родственнику налог не взимается. К близким родственникам относятся: супруг(-а), родители, дети, бабушки и дедушки, а также родные и сводные братья и сестры. Лицам, не являющимся родственниками, придётся уплатить налог по ставке 13-15% для резидентов РФ и 30%, если одаряемый не является налоговым резидентом РФ [1]. Налоговая база в данном случае рассчитывается как стоимость дарения, но не ниже кадастровой стоимости.

Следует отметить, что наследники и дарители при продаже полученного имущества, если оно является недвижимым имуществом, транспортным средством или акциями, долями

или паями в пределах минимального предельного срока владения имуществом – трех лет, получают налогооблагаемый доход, который облагается НДФЛ [2].

Исходя из всего вышесказанного, на наш взгляд, государству в целях получения дополнительного дохода использование прогрессивного налогообложения доходов физических лиц обладает большей эффективностью и целесообразнее, чем введение самостоятельного налога на наследование и дарение. При этом налогообложение наследование и дарения в рамках НДФЛ может стать инструментом дополнительного перераспределения доходов в России при условии использования прогрессивных ставок налогообложения доходов физических лиц, а также установлении необлагаемого минимума, освобождения от уплаты налога для отдельных категорий физических лиц и расширения объектов налогообложения, например за счет цифровых активов.

Литература и источники

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. – URL: <https://nalog.garant.ru/fns/nk/>.
2. Федеральная налоговая служба. – URL: <https://www.nalog.gov.ru>.
3. Налогобложение физических лиц в Великобритании. – URL: <https://fbs-tax.com/tax-planning/united-kingdom>.
4. Смирнов, Д.А. Налог на наследство и дарение: есть ли будущее в России? / Д. А. Смирнов, Н. П. Мельникова // Российский экономический интернет-журнал. – 2022. – № 4. – URL: <https://www.erej.ru/upload/iblock/ab1/fvfa7j77o75klidq7r9v3dyvtvw9n368.pdf>.

Научный руководитель – старший преподаватель Казитова Э.И., ФГБОУ ВО «Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова»

УДК 330.3

РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИЧЕСКОМ И СОЦИАЛЬНОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА

Латынина Ю.В.

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный аграрный университет имени В.Н. Полецкого»
Ekaterina-bobren@mail.ru

Аннотация. *Предпринимательство является основным элементом рыночной экономики. Роль предпринимательства в экономическом и социальном развитии общества велика. За последние пять лет количество субъектов малого и среднего предпринимательства в России растет. В настоящее время происходят значительные преобразования на государственном уровне в сторону улучшения условия развития малого и среднего предпринимательства в России.*

Ключевые слова: *предпринимательство, предприниматель, бизнес.*

Предпринимательская деятельность является жизненно важным компонентом экономического благополучия любой национальной экономики. В современном, динамично развивающемся мире, где экономические системы непрерывно подвергаются испытаниям, предпринимательство превратилось в краеугольный камень экономического роста. Роль предпринимательства выходит далеко за рамки создания рабочих мест и обеспечения занятости населения. Оно также играет решающую роль в поддержании социальной стабильности, предоставляя возможности для реализации уникальных и инновационных идей и, таким образом, внося свой вклад в диверсификацию экономики. Предприниматели

выполняют важнейшую функцию посредничества между различными факторами производства, выявляя оптимальные комбинации для максимизации прибыли. Их роль как экономически активных субъектов заключается в движении и оперативном реагировании на рыночные изменения, принимая на себя полную ответственность за свои управленческие решения.

Переход России от сырьевой экономики на технологичную основная задача ближайшего периода времени. За последние десять лет в России появились миллионы предпринимателей и собственников. Предпринимательство включает в себя правильное использования ресурсов, процесс организации бизнеса, понимания и предупреждение всевозможных предпринимательских рисков, а также ответственность за конечные результаты своей деятельности.

Предпринимательство является одним из самых точных показателей уровня экономического развития государства. По уровню развития предпринимательства в стране можно судить о благосостоянии и уровне жизни населения. Чем благоприятнее бизнес-среда, тем более развита сфера частного производства. Развитие разнообразного производства в стране делает ее независимой от импорта, а, следовательно, делает экономику страны более самостоятельной, что, как показали последние события на мировой арене, просто необходимо. Уникальный талант предпринимателей заключается в их способности предвидеть и понимать колебания рыночной конъюнктуры. Быстро принимая решения и адаптируя свой бизнес к постоянно меняющимся условиям, предприниматели способствуют постоянному инновационному развитию и экономическому росту. Актуальность выбранной темы заключается в том, что предпринимательство является главной движущей силой экономики, обеспечивающий занятость трудоспособного населения и являющийся источником пополнения государственного бюджета.

Предприниматель полностью оценивает и предугадывает изменение рыночной конъюнктуры, оперативно принимает решения и адаптирует свой бизнес под постоянно изменяющиеся условия.

Также предпринимательство обеспечивает:

1. Занятость трудоспособного населения и сокращение числа людей, нуждающихся в социальной помощи;
2. Обеспечение социальной стабильности и снижение уровня бедности;
3. Возможность идейным и решительным людям открыть своё дело или бизнес в производственной, научной и другой деятельности, реализуя в ней свои способности;
4. Улучшение социальной и политической стабильности;
5. Симбиоз малого и крупного бизнеса, который играет в положительную сторону для обеих сторон, особенно в сфере специализации отдельных производств и в инновационных разработках.

Социальная роль предпринимательства не менее важна, чем экономическая. Предпринимательство дает возможность государству выполнять свои социальные функции. Собственное дело дает возможность самореализации самих предпринимателей, выход на новый более качественный уровень жизни, что, безусловно, вызывает интерес и делает предпринимательскую деятельность привлекательной. История развития предпринимательства уходит своими корнями далеко в прошлое. Люди всегда испытывали интерес к возможности реализации на рынке тех товаров, которые они произвели. Предпринимательство дает возможность сохранить народное ремесло.

Динамично развивающийся бизнес активно принимает участие в развитии территорий, где ведется предпринимательская деятельность. Предпринимательство является основным социальным партнером местной администрации. Бизнес играет не последнюю роль в развитии территорий, социальное партнерство предпринимателей с администрацией субъектов РФ дает свои положительные плоды. Привлечение успешного бизнеса к

социально-значимым проектам и благотворительности решает много насущных проблем населения.

По данным Федеральной налоговой службы России, на основании реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, за конец декабря 2023 года было зарегистрировано почти 6,3 млн предприятий, в состав которого входит 5,03 млн постоянно действующих и 1,28 млн. открытых. Также за это время было зарегистрировано более 9,05 млн самозанятых. Количество субъектов и численность работников малого и среднего предпринимательства в России за последние пять лет представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Количество субъектов и численность работников малого и среднего предпринимательства в России за 2019 – 2023 гг.

Показатель	2019	2020	2021	2022	2023	Темп роста 2023 г. к 2019 г., %
Субъекты малого и среднего предпринимательства, ед.	5916906	5684561	5866703	5991349	6347 771	107,2
Численность работников, занятых в малом и среднем предпринимательстве, чел.	15321788	15491144	14662197	15191543	15080528	98,4

Составлено автором по данным [1]

Из приведенных данных можно увидеть, что к 2023 году количество предприятий увеличилось на 7,2 %, по сравнению с 2019 годом. Следовательно, из этого можно сделать вывод, что предпринимательство набирает обороты и появляется больше малых и средних предприятий. Численность работников за этот же период сократилось на 1,6 %. Это можно объяснить тем, что увеличивается количество самозанятых, которые работают самостоятельно без дополнительных работников. Часть малых предприятий перешли на статус самозанятых.

Также можно отметить, что в 2020 году количество субъектов малого и среднего бизнеса уменьшилось на 232345 предприятий. В связи с пандемией коронавирусной инфекции многие предприятия не смогли адаптироваться к новым условиям и закрылись, другие же слились в один большой бизнес. Пандемия нанесла сильный удар по предприятиям всех отраслей экономики, однако, в это время зародилось много совершенно новых по форму своей деятельности предприятия. Многие ушли в онлайн сферу.

Можно выделить основные проблемы малого и среднего бизнеса:

1. Низкий спрос на производимую продукцию, высокие барьеры входа на рынок.
2. Недоступность сырья, нехватка квалифицированного персонала.
3. Наличие высоких издержек производства.
4. Ограниченность доступа у предприятий к объектам транспорта и энергетики.
5. Недостаточность информации о рыночной ситуации, конкуренции на них.
6. Высокая налоговая нагрузка на субъекты малого и среднего предпринимательства [2].

Проблемы развития бизнеса обусловлены так же и постоянным внешним давлением со стороны западных санкций, усложнением логистических цепочек международного сотрудничества и нестабильностью национальной валюты. В условиях постоянно растущих

рисков и нестабильности внешней среды делает предпринимательство рискованным и менее привлекательным. Не каждый готов рискнуть и открыть свое дело.

Государство всеми силами пытается поддержать предпринимательство. В последнее время активно развивается информационное сопровождение предпринимателей. В России действует национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», задача которого создать привлекательную среду для развития бизнеса. Создаются центры поддержки малого предпринимательства, бизнес-инкубаторы, расширяется перечень оказываемой консультационной помощи, упрощаются документированные процедуры. Все эти структуры создаются для того, чтобы предпринимательство стало понятным и доступным.

Особое внимание уделяется технологическому предпринимательству. Именно предпринимательство в связке с научными разработками обеспечит переход к новой технологичной экономике. Увеличение доли предпринимательского сектора в экономике страны увеличит и налоговые поступления в бюджет, что в свою очередь отразится на всех отраслях экономики, особенно на социально значимых, таких как здравоохранение, образование, социальная поддержка населения.

Современный быстро развивающийся мир требует от предпринимательства нестандартных, инновационных подходов и решений. В период перехода экономики на новый технологический уклад малый бизнес нуждается в поддержке со стороны государства и более крупного бизнеса. Здоровая конкуренция будет стимулировать предпринимателей развивать и совершенствовать свою деятельность. Государство же в свою очередь должно усилить поддержку предпринимательства и создать благоприятные условия для развития бизнеса.

Литература и источники

1. Федеральная налоговая служба - Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства: официальный сайт. – URL: <https://ofd.nalog.ru/statistics.html?ysclid=lr9cekkutb491846759> (дата обращения: 19.01.2024)

2. Салтаева, Л. В. Малое и среднее предпринимательство в современной России: состояние, проблемы и направления развития / Л. В. Салтаева // Контентус. – 2019. – № S11. – С. 83-88.

Научный руководитель – ассистент Чуркина Е.С., ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный аграрный университет имени В.Н. Полецкого»

УДК 334.01.64:608.1(571.17)

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ – КУЗБАССЕ КАК РЕСУРСНОМ РЕГИОНЕ

Леухов М.К.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
m.leukhov@yandex.ru

Аннотация. *Обоснована стратегическая необходимость развития технологического предпринимательства. Оценено его современное состояние в Кемеровской области – Кузбассе как регионе ресурсного типа. Предложены практические рекомендации по стимулированию и поддержке технологического предпринимательства.*

Ключевые слова: технологическое предпринимательство, предпринимательская инициатива, технологический суверенитет, Кемеровская область – Кузбасс, государственная поддержка, инновации.

Современная ситуация определяет стратегическую необходимость разработки и внедрения в российскую экономику широкого круга самых передовых собственных технологий, как для обеспечения суверенитета в данном вопросе, так и для реализации новых направлений несырьевого неэнергетического экспорта. Вся мировая практика, как стран со зрелой рыночной экономикой, так и Китая, Индии указывает, что это практически осуществимо только при развитом секторе технологического предпринимательства, наличии значительного числа малых технологических компаний и стартапов. Прямое сотрудничество академического сектора и промышленных партнеров, безусловно, имеет большое значение. Однако именно технологическое предпринимательство способно наиболее продуктивно обеспечивать переход от новых научных разработок к конкретным коммерческим продуктам [1, 2]. По своей сути понимание сущности технологического предпринимательства восходит к книге Э. Робертса «Предпринимательство в сфере высоких технологий», где рассматривались фирмы, базирующиеся на новых технологиях [3].

В мае 2023 г., в ходе ответа на новые крупные вызовы, в России была утверждена Концепция технологического развития на период до 2030 года. Она содержит ряд положений, напрямую фиксирующих необходимость наращивания технологического предпринимательства в стране; отражающих конкретные управляющие воздействия государства по данному вопросу, в частности:

1) определено само понятие «технологической компании», «малой технологической компании», «малого инновационного предприятия»;

2) малые технологические компании обозначены как новые субъекты технологического развития;

3) в рамках формирования институциональной среды предусматривается система «выращивания» малых технологических компаний, а также конкретные меры их поддержки;

4) планируется вовлечение студентов вузов в проект «Платформа университетского технологического предпринимательства», а также развитие компетенций и навыков необходимых для этого;

5) предусмотрен механизм создания условий для роста малых технологических компаний, включая поддержку молодежного технологического предпринимательства [4].

Также на региональном уровне Концепцией предполагается внедрение региональных инструментов финансовой поддержки, льгот для малых и средних технологических компаний [4]. В результате всего этого к 2030 г. в России должно быть 20 тыс. малых технологических компаний, около 150 из них – с выручкой более 2 млрд. руб. [4]. В Кемеровской области – Кузбассе, который пока что остается регионом ресурсного типа, существенно зависящим от экспорта сырья, задача развития технологического предпринимательства также является стратегически важной.

Анализировать существующий уровень развития технологического предпринимательства достаточно сложно, поскольку на данный момент нет даже единого реестра технологических предпринимателей, малых технологических фирм. Один из видов технологического предпринимательства – это малые инновационные предприятия (МИП), созданные при вузах в соответствии с профильным федеральным законом [5]. Статистика по ним не внушает особого оптимизма (см. рисунок 1).

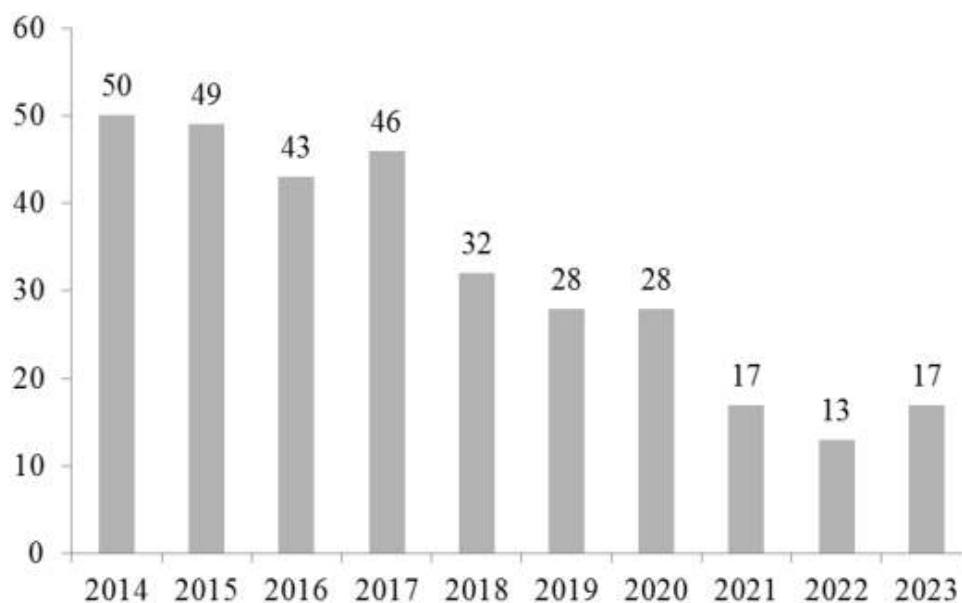


Рисунок 1 – Количество МИП при вузах Кемеровской области – Кузбасса (составлено по [6])

Как видно из данных диаграммы, в 2014 г. (самый ранний год, по которому имеются опубликованные сведения) в регионе имелось 50 МИП, но в 2018 г. произошло существенное сокращение их числа, как и в 2021 г. Исторический минимум имел место в 2022 г., в 2023 г. количество МИП немного увеличилось. Отметим также, что в Кузбасском технопарке на сопровождении находятся 57 компаний, при этом 34 компании получили статус резидента Сколково. Однако, учитывая характерную для технологического предпринимательства «воронку стартапов», даже 50 МИП на начальной стадии развития – это слишком мало для серьезной стратегической диверсификации кузбасской экономики.

В то же время необходимо отметить ряд успешных кейсов развития технологических предпринимательских проектов в Кузбассе, включая молодежные. В частности, это ООО «Складар» (разработка программного обеспечения для управления складом с использованием технологии дополненной реальности), «Террафарм» (автоматика для растениеводства), ООО «ИГплюс» (акустика) и др. На развитие технологического бизнеса привлекаются определенные ресурсы. Так, по данным, озвученным в 2023 г. на венчурном форуме «Прямые инвестиции в технологические компании» (в рамках конференции «Развитие производительных сил Кузбасса») «за последние три года в региональные технологические компании привлечено более 450 миллионов рублей грантов от государственных венчурных фондов, “Сколково” и Фонда содействия инновациям» [7].

Это существенные средства, которые получил региональный технологический бизнес, однако на фоне общего объема инвестиций в основной капитал (сотни миллиардов рублей ежегодно) их доля невелика. В то же время «Объем частных инвестиций существенно меньше. Например, выпускники акселератора “Генезис” за пять лет привлекли в свои проекты чуть более 50 миллионов рублей частного финансирования» [7]. Данный факт говорит о том, что малые технологические компании сталкиваются с существенными барьерами привлечения частных инвестиций на более поздних фазах жизненного цикла. Кроме того, по оценкам Ассоциации инновационных регионов России, Кемеровская область – Кузбасс не в полной мере использует ресурсный потенциал развития высокотехнологичного бизнеса.

По данным Национального доклада «Высокотехнологичный бизнес в регионах России» за 2020 г. (к сожалению, в более поздние годы он перестал выходить), Кемеровская область – Кузбасс концентрировала 1,17% от общероссийских ресурсов и выдавала при этом 0,96%

результатов высокотехнологичного бизнеса [8]. Вообще, судя по материалам Рейтинга инновационного развития субъектов Российской Федерации, в Кемеровской области – Кузбассе наблюдаются определенные диспропорции в системе развития технологического бизнеса. Так, по показателям «Доля инновационных организаций», «Доля МИП», «Доля организации с нематериальными активами», «Доля инновационной продукции малых предприятий» регион занимает в стране места в диапазоне 50-60. Одновременно с этим он лидирует по таким показателям, как «Выделенные территории развития научно-технической и инновационной деятельности», «Региональный закон о науке, технологиях и инновациях», «Программа поддержки науки, технологий и инноваций», «Координационный орган по науке, научно-технической и инновационной политике» [9].

В этой связи представляется целесообразной определенная «инвентаризация» и пересборка существующей системы поддержки и стимулирования технологического предпринимательства, в целом инновационной деятельности на основе оценки ее результативности и эффективности. Исключительно важным является формирование системы венчурных частных инвестиций, включая создание корпоративных венчурных фондов ведущими компаниями Кемеровской области – Кузбасса.

Литература и источники

1. Земцов, С. П. Технологическое предпринимательство как фактор развития России / С. П. Земцов // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2022. – №1. – С. 212–223.
2. Корчагина, И. В. Управление финансовыми рисками технологического предпринимательства в инновационной экосистеме региона / И. В. Корчагина, Р. Л. Корчагин. – Новосибирск: Сибирская академическая книга, 2019. – 128 с.
3. Roberts, E. V. *Entrepreneurs in High Technology: Lessons from MIT and Beyond* / E. V. Roberts. – New York: Oxford University Press, 1991. – 385 p.
4. Концепция технологического развития на период до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20.05.2023 №1315-р. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/KIJ6A00A1K5t8Aw93NfRG6P8OIbVp18F.pdf> (дата обращения 10.04.2024).
5. Федеральный закон от 2 августа 2009 г. №217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_90201/ (дата обращения 10.04.2024).
6. Учет и мониторинг малых инновационных предприятий научно-образовательной сферы. База данных хозяйственных обществ (хозяйственных партнерств) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mip.extech.ru/reestr/reestr.php> (дата обращения 15.04.2024).
7. Инвестиции в технологии: Кузбасс стал площадкой для обсуждения тенденций развития венчурного рынка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fondp42.ru/regional-news/2023/12/05/32976> (дата обращения 15.04.2024).
8. Национальный доклад: «Высокотехнологичный бизнес в регионах России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://i-regions.org/upload/iblock/581/Hi_Tech_all_view.pdf (дата обращения 15.04.2024).
9. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 8 / Под ред. Л.М. Гохберга. – М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2023. – 260 с.

Научный руководитель – ассистент Корчагин Р.Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 657.9, 330

НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК ТРЕНД НАЦИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

Сосновская А.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

sosnovskaya.as@mail.ru

***Аннотация.** Развитие системы формирования и публикации нефинансовой информации является актуальным вопросом национальной политики Российской Федерации. Нефинансовая отчетность находит свое отражение в стратегических документах, как элемент раскрытия информации о достижении целей устойчивого развития. Достижение этих целей невозможно без участия бизнес-сообщества. Ряд законодательных актов постепенно вводят универсальные принципы нефинансовой отчетности для предприятий и показатели, являющиеся основополагающими в структуре нефинансовой информации, которые хоть и носят рекомендательный характер к применению, тем не менее способствуют более качественной оценке устойчивости развития и нефинансовых рисков, способом позиционирования организации на рынке и укрепления деловой репутации. Развитие нефинансовой отчетности как инструмента национальной политики в долгосрочной перспективе способствует созданию устойчивой и ответственной экономики, способной удовлетворять потребности текущих и будущих поколений.*

***Ключевые слова:** нефинансовая отчетность, национальная политика, устойчивое развитие, социальная отчетность, экологическая отчетность.*

Нефинансовая отчетность становится все более значимым элементом национальной политики во многих странах. В отличие от финансовой отчетности, которая фокусируется на финансовых показателях и результативности компаний, нефинансовая отчетность охватывает широкий спектр аспектов, таких как: социальная ответственность, корпоративное управление, влияние на общество и окружающую среду.

Инициатива продвижения концепции устойчивого развития в РФ исходила преимущественно от бизнес-сообщества. Но в последние годы цели и задачи устойчивого развития Правительство стало интегрировать и в стратегические документы на национальном уровне. В частности, подписанный Президентом РФ в 2020 году «Указ о национальных целях развития России до 2030 года» перекликается с целями в области устойчивого развития [1].

Основными целями формирования нефинансовой информации являются повышение прозрачности и ответственности бизнеса перед обществом и стейкхолдерами, укрепление рыночных позиций компании и деловой репутации, а также определение стратегии развития и осмысление политики социально-корпоративной ответственности.

Публикация такой информации позволяет гражданам, инвесторам, потребителям и другим заинтересованным сторонам оценить не только финансовые результаты компании, но и ее воздействие на окружающую среду, социум и будущее.

Многие страны уже внедрили обязательные требования по нефинансовой отчетности для крупных компаний, а также разрабатывают стандарты и рекомендации по этому вопросу. Этот тренд подтверждает стремление к устойчивому развитию, учету социальных и экологических аспектов в деятельности компаний, а также к формированию более прозрачной и ответственной бизнес-среды.

Действующая с 2017 года в Российской Федерации Концепция развития публичной нефинансовой отчетности представляет собой стратегию и набор мероприятий,

направленных на повышение прозрачности и ответственности компаний перед обществом в области социальной и экологической деятельности [2].

Целью Концепции является создание условий для формирования ответственного и устойчивого бизнеса, способного учитывать интересы общества и окружающей среды наряду с финансовыми результатами деятельности, а также усиление корпоративной ответственности организаций.

Согласно Национальному Регистру корпоративных нефинансовых отчетов, наблюдается тенденция активизации интереса российских компаний формированию и публикации нефинансовой отчетности. Регистр аккумулирует отчеты об устойчивом развитии, социальные и экологические отчеты, а также интегрированные отчеты компаний и отраслевые отчеты. Наибольшее число публикаций нефинансовой информации отмечено у компаний энергетической, металлургической и горнодобывающей отраслей, а также организаций в сфере финансов и страхования [3].

Организации, действующие в условиях конкуренции, в тех отраслях бизнеса, которые характеризуются большим числом сотрудников и развитой системой управления, а также являющиеся активными природопользователями, нуждаются в возможности заявить о намерениях в части социальной, экологической политики, объявить о ярких достижениях в вопросах, не связанных с финансовой деятельностью. Как отмечают эксперты, трудоемкий процесс сбора и систематизации нефинансовой информации, а также последующая ее публикация, тем не менее, оказывает положительное влияние на привлечение инвесторов, систематизацию планов по развитию компании и ее рисков, а также позиционирование компании на рынке [4].

Отдельно стоит отметить введение на национальном уровне методических рекомендаций по подготовке отчетности об устойчивом развитии, которые содержат унифицированную систему показателей и рекомендации к структуре нефинансовых отчетов, что подтверждает высокую степень актуальности сбора, систематизации и публикации нефинансовой информации [5].

Для компаний, которые приняли решение готовить публичный нефинансовый отчет, отражающий приверженность этих компаний целям устойчивого развития, вызовом становится выбор системы показателей для измерения выполнения этих целей в своей деятельности. Таких систем (стандартов отчетности) по измерению ЦУР в настоящее время существует множество: GRI, ESG, SASB, ЦУР ООН, CDP, ГД ООН, IR, Nasdaq, UNCTAD, FTSE4Good.

Нефинансовая отчетность как тренд национальной политики способствует созданию условий для устойчивого экономического роста, защите окружающей среды, улучшению условий труда и жизни людей, а также повышению доверия общества к бизнесу. Этот инструмент позволяет компаниям не только демонстрировать свою социальную ответственность, но и эффективно управлять рисками и создавать долгосрочную ценность для всех заинтересованных сторон. В конечном итоге, нефинансовая отчетность способствует развитию более устойчивой и ответственной экономики, способной удовлетворять потребности текущих и будущих поколений.

Таким образом, внедрение нефинансовой отчетности на национальном уровне занимает место неотъемлемого инструмента для достижения целей устойчивого развития, сокращения негативного воздействия на окружающую среду, улучшения условий труда и жизни людей, а также для создания благоприятной бизнес-среды. Этот подход способствует формированию более ответственных и долгосрочно ориентированных компаний, способных принимать во внимание интересы всех заинтересованных сторон при принятии стратегических решений.

Литература и источники

1. Российская Федерация. Указы. Указ о национальных целях развития России до 2030 года: Указ от 21 июля 2020 года № 474. – Текст : электронный // Президент России : сайт. –

URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/63728> (дата обращения 06.05.2024).

2. Российская Федерация. Распоряжения. Об утверждении Концепции развития публичной нефинансовой отчетности : Распоряжение от 5 мая 2017 года №876-р. – Текст : электронный // Правительство России : сайт. – URL: <http://government.ru/docs/27645/> (дата обращения 06.05.2024).

3. Национальный Регистр корпоративных нефинансовых отчетов: сайт. – URL: https://rspp.ru/sustainable_development/register/ (дата обращения 06.05.2024). – Текст : электронный.

4. ESG – (P)эволюция : III конгресс ответственного бизнеса, Москва, 21 сентября 2023 г. : сайт. – URL: <https://esg.rbc.ru/> (дата обращения 06.05.2024). – Текст : электронный.

5. Российская Федерация. Приказы. Об утверждении методических рекомендаций по подготовке отчетности об устойчивом развитии : Приказ от 1 ноября 2023 года №764. – Текст : электронный // Министерство экономического развития Российской Федерации : сайт. – URL:

https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/prikaz_minekonomrazvitiya_rossii_ot_1_noyabrya_2023_g_764.html (дата обращения 06.05.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Колесникова Е.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 338.24

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ФОРМИРОВАНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ В ОТРАСЛИ ЧЕРНОЙ МЕТАЛЛУРГИИ КИТАЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Су Фэйюе

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова»,
Факультет высшей школы Государственного Администрирования
sufeiyue@mail.ru

***Аннотация.** В статье представлен анализ формирования промышленной стратегии экономики замкнутого цикла, включая определение ключевых концепций, методов, а также роль и функции систем процессов управления в формировании стратегий экономики замкнутого цикла на примере черной металлургии Китая. Раскрыты проблемы, которые требуют незамедлительного решения в целях эффективного развития экономики замкнутого цикла.*

***Ключевые слова:** промышленная стратегия, черная металлургия, Китай, замкнутый цикл, стратегирование, финансовая стратегия.*

В последние годы экономика замкнутого цикла, или «циркулярная экономика» стала предметом обсуждения в различных странах, что привело к появлению множества инновационных бизнес-моделей, стратегий и концепций, которые отличаются от утвержденных ранее [2]. Фактическая цель экономики замкнутого цикла – изменить нынешнюю расточительную промышленную систему и создать систему с замкнутым циклом [6]. Однако главный вопрос стран заключается в том, как применить его во всех отраслях промышленности и разработать эффективную систему переработки отходов в рамках нынешней линейной экономической структуры для повышения эффективности производства

при одновременном сокращении выбросов углекислого газа и улучшении местной экономики.

Результатом этих обсуждений стало то, что в июне 2017 года Британский институт стандартов (BSI) официально выпустил «Руководство по циркулярной экономике» (BS8001). Это первый в мире стандарт циркулярной экономики. Он пропагандирует концепцию и принципы «циркулярной экономики» и помогает малым и средним предприятиям определить экономику замкнутого цикла и свою собственную актуальность, а также что можно сделать, чтобы преодолеть разрыв в моделях замкнутого производства. Стандарт циркулярной экономики (BS8001) является первым в мире, который обеспечивает основу и руководство для продвижения циркулярной экономики внутри организаций, помогая малым и средним предприятиям думать и продвигать направление циркулярной экономики, одновременно пересматривая производственные операции и пересмотр своих производственных моделей с помощью систематической логики для достижения целей.

Ярким примером изменений в экономике замкнутого цикла является Китай. На сегодняшний день Китай на фоне поддержки центральным правительством развития экономики замкнутого цикла планирует реализовать стратегию сталелитейной промышленности, как одной из самых главных [4]. Для достижения этой цели для промышленных компаний становится важным одновременно разработать стратегию развития, ускорять модернизацию промышленности и трансформировать режим экономического роста, что послужит ускорением развития экономики замкнутого цикла.

В настоящее время развитие экономики замкнутого цикла в Китае все еще находится на стадии распространения концепции и пилотного проекта, но уже началась практика, связанная с развитием экономики замкнутого цикла. Судя по созданию моделей экономики замкнутого цикла по всей стране, в основном существуют следующие основные типы моделей:

1. Содействие планированию. В соответствии с общими требованиями «Одиннадцатого пятилетнего плана» Китая, все населенные пункты активно разрабатывают региональные (например, экономические зоны, зоны развития), отраслевые и предпринимательские планы развития экономики замкнутого цикла на основе обобщения опыта, что эффективно способствует развитию практики экономики замкнутого цикла.

2. Тип здания изображения. В процессе развития экономики замкнутого цикла, чтобы создать хороший имидж предприятий или ведомств, некоторые предприятия, учреждения, гостиницы, торговые центры и т. д. соответственно осуществили строительство зеленых предприятий, зеленых учреждений, зеленых отелей, зеленых магазинов, торговых центров и т. д.

3. Промышленное развитие. Например, развитие индустрии охраны окружающей среды привело к развитию экономики замкнутого цикла.

4. Ориентация на рынок. Например, внедрение системы раскрытия основной информации создает основу для развития рыночно-ориентированной экономики замкнутого цикла.

5. Техничко-двигательная установка. Например, развитие информационных технологий, такие как онлайн-торговля, бесконтактная медицинская система и сетевая система образования, особенносетевая экономика, эффективно сокращало потребление ресурсов и окружающую среду при развитии третьей промышленности и способствовало развитию экономики замкнутого цикла.

6. Институциональные нормативные. Например, внедрение систем доступа к рынку и соответствующих законодательных и нормативных актов способствует развитию замкнутого цикла на институциональном уровне экономики.

7. Экономичный тип. Например, люди, которые стали уважать ресурсно-экологические товары.

Выше приводите несколько моделей развития экономики замкнутого цикла в Китае, которые изначально обобщены с участием пилотных подразделений, и модель экономики замкнутого цикла, которую действительно стоит широко продвигать, все еще изучается.

В первую очередь для успешной реализации экономики замкнутого цикла необходимо принять различные стратегии [1]. Такие стратегии необходимы в таких областях, как [9]:

- разработка продуктов для повторного использования, ремонта и переработки,
- продвижение экономики совместного потребления,
- применение замкнутого подхода к производству и потреблению,
- процесс осуществления инвестиций в зеленые технологии и инфраструктуру.

Новая бизнес-модель экономики замкнутого цикла направлена не только на переработку и повторное использование отходов, но и на переосмысление отходов и перепроектирование продуктов и процессов, чтобы ресурсы можно было вернуть в производственную цепочку для непрерывного обращения и сократить потребление и отходы энергетических ресурсов. Внедрение циркулярной экономики предприятиями должно основываться на продуктах и услугах, которые они участвуют в цепочке создания стоимости [8]. Например, переработчики и производители должны выполнять требования клиентов по раскрытию содержимого переработанных материалов, но они также должны учитывать качество упаковки продукции [10].

Однако циркулярная экономика не может быть достигнута с помощью единой стратегии. Необходимо разработать соответствующие поэтапные стратегии и комплексные поддерживающие меры. При этом в каждой стране сочетание стратегий и мер развивается по-разному.

В связи с этим постоянно появляются новые бизнес-модели, такие как экономика совместного использования, экономика лизинга, экономика подписки и другие бизнес-модели, которые могут улучшить ситуацию с недостатком информации в прошлом, достичь цели экономики замкнутого цикла и повысить эффективность использования ресурсов [3]. Однако принятие и признание вышеупомянутых бизнес-моделей намного выше, чем у экономики замкнутого цикла, а это означает, что экономическая ценность экономики замкнутого цикла еще не полностью реализована или признана.

Таким образом, благодаря сочетанию новых бизнес-моделей и экономики замкнутого цикла могут появиться возможности ускорить продвижение экономики замкнутого цикла. В российской и зарубежной практике существует значительное количество методов исследования моделей экономики замкнутого цикла. К таким методам можно отнести: исследование, теоретические абстрактные методы и другие.

В первую очередь среди представленных методов особое место занимает метод сравнительного исследования. Именно этот метод чаще используется в российской и отечественной практике анализа моделей замкнутого цикла [5].

При этом, на наш взгляд, изучение и развитие экономики замкнутого цикла должно происходить при поддержке таких инструментов, как различные технологии и бизнес-стратегии, включающие оценку жизненного цикла продукта, анализ материальных потоков. Такие технологии и бизнес-стратегии также часто связаны с дизайнерским и системным мышлением, например, анализ целевых клиентов [7].

Таким образом, для эффективного развития экономики замкнутого цикла особого внимания требуют технологии и инструменты, которые направлены на оценку затрат и выгод, бухгалтерского анализа, проведение расчетов социальных затрат и др. Следует также отметить, что сегодня существует острая нехватка как в России, так и в зарубежных странах специалистов в области оценки и анализа экономики замкнутого цикла, что требует незамедлительного решения со стороны государственных органов и предприятий данной отрасли.

Литература и источники

1. Квинт, В.Л. К истокам теории стратегии. 200-летие теоретической работы генерала Жомини / В. Л. Квинт (предисловие, комментарии). – СПб.: ИПЦ СЗИУ – филиал РАНХиГС, 2017. 52 с.: илл. (Серия «Библиотека стратега»)
2. Квинт, В.Л. Стратегирование технологического суверенитета национальной экономики / В. Л. Квинт, И. В. Новикова, М. К. Алимуратов, Н. И. Сасаев // Управленческое консультирование. – 2022. – №9. – С. 57-67. – URL: <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2022-9-57-67>
3. Краева, С. А. Особенности перехода к экономике замкнутого цикла в Китае, Норвегии, Финляндии / С. А. Краева // Химия. Экология. Урбанистика. – 2021. – Т. 1. – С. 30-32.
4. Лавров, М.Н. Перспективы развития стратегического партнерства Китая и Узбекистана / М. Н. Лавров, Е. В. Семенкова // Тенденции развития науки и образования. – 2024. – №105-8. – С. 150-152.
5. Нога, В. И. Экономика замкнутого цикла в России: тенденции и перспективы / В. И. Нога, М. Н. Данюкова // Human Progress. – 2023. – Т. 9. – № 1. – С. 12.
6. Перелет, Р. А. Переход к экономике замкнутого цикла и цифровой экономике / Р. А. Перелет // Вопросы новой экономики. – 2018. – № 4 (48). – С. 81-87.
7. Рубцов, А.В. Понятие ответственного менеджмента в контексте тенденций экономики замкнутого цикла / А. В., Рубцов, С.В. Мамаева, Е. В. Киргизова, Ю. Л. Лукин, Л. С. Шмутьская, М. В. Мальцева // Российский экономический интернет-журнал. – 2021. – № 3.
8. Файзуллина, А.А. Роль цифровизации в экономике замкнутого цикла / А. А. Файзуллина, Г. Р. Стрекалова // В сборнике: Нугаевские чтения - 2022. Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. Казань, 2023. – С. 352-354.
9. Чжоу, Ч. Направления достижения устойчивости экономики замкнутого цикла / Ч. Чжоу, Ф. Си // Московский экономический журнал. – 2021. – № 2.
10. Шинкевич, М.В. Экономика замкнутого цикла - новая парадигма в управлении мезосистемами / М. В. Шинкевич, Р. П. Якунина, С. А. Башкирцева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 3 (94). – С. 64-72.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Мосакова Е.А., ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова»

УДК 336

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ИНИЦИАТИВ

Тубольцева С.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
s.tuboltseva2016@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассматриваются разнообразные источники финансирования предпринимательских проектов, включая собственные средства, заемные средства и средства целевого финансирования. Особое внимание уделяется грантовым программам федерального и регионального уровней, которые могут оказать значительную поддержку начинающим предпринимателям. На примере реальной компании показывается, как получение гранта помогло в старте предпринимательской деятельности и обеспечило необходимый финансовый ресурс для развития бизнеса.

Ключевые слова: предпринимательские инициативы, источники финансирования, поддержка предпринимателей, развитие бизнеса, грантовые программы.

С 2021 года начала действовать обновленная редакция национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», разработанного Министерством экономического развития Российской Федерации. Нацпроект разрабатывает и внедряет меры, которые будут направлены на поддержку предпринимателей на всех этапах развития бизнеса: от появления идеи до выхода на экспорт. Это могут быть как финансовые, так и имущественные, образовательные и иные меры.

Один из важнейших аспектов успешного развития предпринимательства – это обеспечение нужными финансовыми ресурсами бизнеса. В практике финансирования предпринимательской деятельности выделяют две группы: собственные и заемные средства. Но следует помнить, что существуют также средства целевого финансирования, на которые стоит обратить внимание. Углубимся в изучение каждой категории источников.

Первая категория - собственные средства. Привлечение собственных денежных ресурсов является одним из самых первых способов финансового обеспечения. Предприниматели могут использовать свои личные сбережения или активы для создания бизнеса. Это позволяет им иметь больший контроль над процессами и решениями, принимаемыми в компании.

Вторая категория - заемные средства. В целях расширения или осуществления конкретных проектов, предприниматели могут воспользоваться услугами кредитования. Наиболее распространенными являются банковские кредиты, коммерческие займы и другие формы кредитов, которые дают возможность обеспечить необходимый капитал.

Третья – средства целевого финансирования. Они могут быть получены из различных источников: это могут быть венчурные фонды, краудфандинг, гранты. Все эти инструменты имеют большое значение в поддержке предпринимателей. Более подробно о каждом источнике.

Венчурные фонды. Они представляют возможность молодым компаниям с высоким потенциалом роста получить инвестиции в обмен на свою долю в бизнесе. Совместно с этим, венчурные фонды могут предоставлять стартапам советы по стратегическому планированию и развитию бизнеса, а также экспертные знания.

Краудфандинг. Его популярность растет, и в настоящее время он является одним из самых популярных способов сбора средств для предпринимателей. С помощью специальных онлайн-площадок, предприниматели могут получать финансирование от широкой аудитории, предлагая инвесторам или людям, поддержавшим проект, принять участие в его развитии.

Гранты. Получение грантов является одним из наиболее привлекательных способов финансирования для предпринимателей. Разнообразные государственные и частные программы поддержки открывают возможность для получения финансовой поддержки на различные цели, включая развитие инноваций и расширение бизнеса.

Далее подробнее изучим последний источник финансирования предпринимательских инициатив – грантовую поддержку.

В целях поддержки малого и среднего бизнеса, в рамках национального проекта, особое внимание уделяется грантовым программам, которые направлены на стимулирование предпринимательской активности, инноваций и создание рабочих мест.

На 2024 год в России существует несколько программ грантовой поддержки от государства для развития малого и среднего предпринимательства. Некоторые из них:

1. Гранты для молодых предпринимателей – господдержка ИП и учредителей юридических лиц в возрасте от 14 до 25 лет, которые готовы развивать собственное дело, размер выплаты от 100 до 500 тыс. руб.;

2. Гранты для социального бизнеса – материальная поддержка до 500 млн. руб.;

3. Грант «Развитие» - поддержка для наукоемких компаний в размере от 15 до 30 млн. руб.;

4. Грант для создания комплектующих – выделяют до 100 млн. руб. на развитие производства комплектующих, которые на текущий момент не производятся в России.

Каждая из этих программ имеет определенные требования и особенности. Гранты от государства на 2024 год способствуют развитию бизнеса, инноваций и созданию благоприятной среды для предпринимательской активности в России.

Кроме грантов, которые выделяются из федерального бюджета, существуют и региональные грантовые поддержки, которые имеют большое значение в развитии отдельных регионов. Так, гранты в Кузбассе играют важную роль для развития инновационных технологий и поддержки малого и среднего бизнеса.

На сегодняшний день в Кемеровской области действуют множество грантовых программ, которые направлены на развитие экономики региона. Некоторые из них:

1. Грантовая программа «Старт» – способствует созданию и развитию малых инновационных предприятий, которые способствуют освоению производства новых товаров, услуг или технологий с помощью собственных НИОКР;

2. Грант на создание первой версии продукта (прототипа) – финансирование выделяется на осуществление или возмещение издержек, связанных с разработкой прототипа. Максимальная сумма одноразового гранта составляет 1 500 000 рублей;

3. Грантовая программа «Коммерциализация» – для опытных предприятий, выпускающих научно-технически сложную продукцию и планирующих ее развитие;

4. Грант на участие в выставках и конференциях – обеспечение финансовой поддержки проектов и инициатив в области культуры.

Региональные грантовые программы не только способствуют поддержки предпринимательских инициатив и инновационных идей, но также способствует сохранению социальной справедливости и культурного наследия региона.

Как мы уже поняли, финансирование играет решающую роль в осуществлении предпринимательских идей. Рассмотрим на примере ООО «Уплотнительные решения», которое реализовало свою бизнес-идею. Данная компания специализируется на изготовлении уплотнительных материалов для промышленного оборудования, а также активно замещает импортные аналоги на российском рынке.

Проанализируем, какие источники финансирования потребовались для открытия этого дела и как грантовая поддержка повлияла на старт и последующее развитие.

ООО «Уплотнительные решения» начало свою деятельность летом 2022 года после успешного прохождения процесса получения грантовой поддержки, представленной для молодых предпринимателей. Грант стал ключевым финансовым ресурсом, который позволил компании создать основу для своего развития и успешного старта в бизнесе.

Для реализации своих идей и запуска проекта, компания привлекла собственные и грантовые средства. Финансовое обеспечение проекта представлено в таблице 1.

Средства были направлены на закупку оборудования и расходных материалов. На приобретение оборудования потребовалось 391 тыс. руб., из которых 293 тыс. руб. грантовых средств и 98 тыс. руб. собственных. Расходные материалы обошлись в 58 тыс. руб., из них 44 тыс. руб. грантовые средства и 14 собственных.

Таблица 1 – Источники финансирования ООО «Уплотнительные решения»

Источники финансирования	Сумма, руб.
Грант в форме субсидии	336 754
Собственные средства, в том числе:	162 251
денежные средства	112 251
оборудование	50 000
Всего	499 006

В бизнес-плане на первый год работы компания ООО «Уплотнительные решения» рассчитывала на достижение выручки от реализации продукции в размере 500 800 рублей и

чистой прибыли на 21 746 рублей. Эта цифра является ориентировочной целью, поставленной компанией на 2023 год.

Опираясь на финансово-экономические показатели за первый год работы, представленные в таблице 2, можно сделать вывод, что компания опередила ожидания по выручке от реализации продукции на 286 200 рублей, продемонстрировав значительный рост объема продаж. За год работы активы компании увеличились на 94% по сравнению с годом создания предприятия, что подчеркивает динамичный рост и эффективное управление ресурсами.

Таблица 2 – Основные показатели деятельности ООО «Уплотнительные решения»

№	Наименование финансово-экономического показателя	2023г.
1.	Выручка от реализации продукции/услуг, тыс. руб.	787
2.	Расходы по обычной деятельности, тыс. руб.	724
3.	Чистая прибыль, тыс. руб.	19
4.	Активы, тыс. руб.	359

Однако, с точки зрения чистой прибыли, вследствие неожиданно высоких издержек, которые в отчетном году составили 724 000 руб., компания не смогла достичь запланированного показателя в бизнес-плане, организации не удалось приблизиться к цели пости на 3000 рублей.

Несмотря на разницу между достигнутыми результатами по выручке и чистой прибыли, первый год работы ООО «Уплотнительные решения» можно оценить как успешный с точки зрения роста объемов продаж.

В начале первого квартала 2024 года компания зарегистрировала двух новых сотрудников. Это важное событие для ООО «Уплотнительные решения», так как помимо учредителя, который весь первый год работал один, теперь у компании появились дополнительные специалисты, готовые внести свой вклад в развитие бизнеса, а экономика региона получила два новых рабочих места.

Благодаря гранту для молодых предпринимателей, ООО «Уплотнительные решения» смогли создать базу для своей деятельности, укрепиться на рынке и начать развиваться.

Успех предпринимательской деятельности зависит от правильного подбора и использования разнообразных источников финансирования. Финансовые инструменты позволяют обеспечить устойчивое развитие бизнеса. При правильном сочетании источников финансирования можно обеспечить предприятию стабильное и успешное функционирование, а также возможность дальнейшего развития.

Литература и источники

1. Мой бизнес [Электронный ресурс]. – URL: <https://мойбизнес.рф/anticrisis> (дата обращения: 13.04.2024).
2. Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности [Электронный ресурс]. – URL: <https://bo.nalog.ru/organizations-card/11903711#financialResult> (дата обращения: 16.04.2024).
3. Инвестиционный портал Кузбасса [Электронный ресурс]. – URL: https://kuzbass-invest.ru/ru/state_supports?action=index&controller=state_supports&page=2 (дата обращения: 19.04.2024).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доц. Секлецова О.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Научное издание

**Региональное развитие: экономика и социум.
Взгляд молодых исследователей**
Материалы симпозиума в рамках
XIX (LI) Международной научной конференции
студентов, аспирантов и молодых учёных
«Образование, наука, инновации: вклад молодых
исследователей»
Выпуск 25

Макет, верстка – *Оздербиева Ж.А.*

16+

Материалы печатаются в авторской редакции

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный
университет»» (КемГУ).
650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6

Объем 6,75 Мб