

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
XVI (XLVIII) Международная научная конференция
студентов и молодых ученых «Образование, наука,
инновации: вклад молодых исследователей», приуроченная к
300-летию Кузбасса

Выпуск 22

Об издании –[1](#), [2](#), [3](#)

Кемерово

2021

ББК У9 (2Рос0/9)я431
УДК 332.1(063)

Р 32

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Кемеровского государственного университета

Редакционная коллегия:

Просеков А.Ю. – ректор КемГУ, председатель;
Журавлев Ю.Н. – проректор по учебной и научной работе КемГУ;
Поддубиков В.В. – начальник НИУ.

Р 32 Региональное развитие: экономика и социум. Взгляд молодых исследователей: материалы симпозиума в рамках XVI (XLVIII) Международной научной конференции студентов и молодых ученых «Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей», приуроченной к 300-летию Кузбасса. [Электронный ресурс] / науч. ред. С. Н. Левин; Кемеровский государственный университет. – Электрон.дан. (объем 4,65 Мб).– Кемерово: КемГУ, 2021. – Вып. 22. –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 978-5-8353-2788-1

В сборнике представлены труды студентов, аспирантов и молодых ученых 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 978-5-8353-2788-1

УДК 332.1(063)

ББК У9 (2Рос0/9)я431

© Авторы научных статей, 2021

© Кемеровский
государственный
университет», 2021

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, 2021
© Кемеровский государственный
университет», 2021

Оглавление

СЕКЦИЯ: «СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МАРКЕТИНГА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ»	9
БЛОГ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ	9
ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ БРЕНДИНГА	13
<i>А. Д. Гарбузова</i>	13
МАРКЕТИНГ ВЛИЯНИЯ В ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЕ	15
<i>Н. С. Камынина</i>	15
ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ: ЗА И ПРОТИВ	17
<i>А. А. Карасев</i>	17
EVENT-МАРКЕТИНГ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ	18
<i>Д.А. Кедрин</i>	18
СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ – РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ ...	20
<i>А. А. Кобелева</i>	20
СЕНСОРНЫЙ МАРКЕТИНГ: ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ	23
<i>А.М. Петишова</i>	23
НЕЙРОМАРКЕТИНГ: ПРОЕКТИВНЫЕ МЕТОДИКИ	26
<i>С.С. Тайченачева</i>	26
ЗНАЧЕНИЕ ЛОГОТИПА ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	29
<i>К.А. Устинова</i>	29
SMM-ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА, АЛГОРИТМ, ТРЕНДЫ ...	32
<i>Е. Ю. Антонова</i>	32
СЕКЦИЯ: «РАЗВИТИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА, АУДИТА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ СТРАТЕГИЙ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ»	36
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: В ЧЕМ ИЗМЕРЯЕТСЯ, ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ	36
<i>А. С. Лисименко</i>	36
НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ: СУЩЕСТВУЮТ ЛИ ОНИ?	39
<i>А. С. Дейна</i>	39
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В СТРОИТЕЛЬСТВЕ	45
<i>Л.В. Семиков, Э.В. Филиппова</i>	45
РОЛЬ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	53
<i>К.А. Морозова</i>	53
ФСБУ 5/2019 «ЗАПАСЫ»: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИМЕНЕНИЯ И АВТОМАТИЗАЦИИ НА БАЗЕ 1С	56
<i>Е.С. Тупота</i>	56
СЕКЦИЯ: «ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ, КОРПОРАЦИЙ РЕГИОНА »	60

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИРЖЕВЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ (ETFs)	60
<i>В.О. Анискин</i>	60
РАЗВИТИЕ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ	64
<i>В.Н. Засмолина</i>	64
ФОРМИРОВАНИЕ АКТИВНОГО И ПАССИВНОГО ПОРТФЕЛЯ ЧАСТНОГО ИНВЕСТОРА	68
<i>А. Р. Ванцлова, В. В. Нагорный</i>	68
ОЦЕНКА УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДОМОХОЗЯЙСТВ РОССИИ НА ОСНОВЕ АВТОРСКОЙ МЕТОДИКИ	70
<i>Е. К. Савостьян</i>	70
АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ ОСНОВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ЛИЧНЫХ СРЕДСТВ НАСЕЛЕНИЯ	74
<i>С. А. Карабанова</i>	74
РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РФ	78
<i>В. Е. Раздорская</i>	78
ОЦЕНКА БЮДЖЕТНО-НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТА ФОРМИРОВАНИЯ БЮДЖЕТА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	80
<i>О. С. Камаева</i>	80
ОСНОВНЫЕ РИСКИ ЗАЕМЩИКА ПРИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ КРЕДИТОВАНИИ	85
<i>Ю. С. Зотеева</i>	85
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТИПА КРИЗИСА КОМПАНИИ, ВЫЗВАННОГО ПАНДЕМИЕЙ COVID-19...88	88
<i>А.Р. Кузьмина</i>	88
ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ЦИФРОВОЙ ТАКСАЦИИ ДРЕВЕСНО-КУСТАРНИКОВОЙ РАСТИТЕЛЬНОСТИ С ПОМОЩЬЮ БЕСПИЛОТНОГО ВОЗДУШНОГО СУДНА	91
<i>Р. Е. Зверев</i>	91
ДВИЖЕНИЕ F. I. R. E. – ПУТЬ К БЛАГОПОЛУЧНОЙ ЖИЗНИ	95
<i>А. Г. Комарова</i>	95
СЕКЦИЯ: «ЭКОНОМИКА РЕГИОНОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ».....	100
ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ПРИНЦИПОВ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ	100
<i>Ю. В. Жеброва, А. Е. Котенко</i>	100
ДЕВЕЛОПМЕНТ ГОРОДСКИХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ В МАЛЫХ ГОРОДАХ (НА ПРИМЕРЕ Г.ТОПКИ)	103
<i>И. И. Федосеева</i>	103
БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ ОТХОДОВ И ИХ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	108
<i>А. Е. Высоцкая</i>	108
ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕНОВАЦИИ ОБЪЕКТОВ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ.....	111

<i>Е.С. Гайфулина</i>	111
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КАЧЕСТВЕННОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ ГОРОДА КЕМЕРОВО.....	114
<i>А.В. Новиков</i>	114
ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕВЕЛОПЕРСКИХ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА.....	118
<i>А. Н. Петрова</i>	118
КОВОРКИНГ КАК ФОРМА ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ	122
<i>К. М. Исмацова, Д. А. Очиллова</i>	122
ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОДИАГНОСТИКЕ ТЕРРИТОРИИ.....	125
<i>Я.А. Железнов</i>	125
БАНКОВСКИЕ ЦИФРОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ (НА ПРИМЕРЕ «СБЕР» И «ТИНЬКОФФ»)	129
<i>Е.А. Баскакова, О.А. Вертопрахова</i>	129
АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	132
<i>Е.А. Доманова</i>	132
ЦИФРОВОЙ ДВОЙНИК ПРЕДПРИЯТИЯ: ЦЕЛЬ СОЗДАНИЯ И ВОЗМОЖНОСТЬ ВИРТУАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ	135
<i>И.А. Балыкин</i>	135
АНАЛИЗ СТАТИСТИКИ СМЕРТНОСТИ И РОЖДАЕМОСТИ В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ	138
<i>А. И. Калашникова</i>	138
НАЛОГОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ ЗА ПЕРИОД 2018-2020 НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ	141
<i>В.К. Машковская, А.Ю. Медведева</i>	141
СЕКЦИЯ: «СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕН: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ».....	148
ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ..	148
<i>А.Е. Воротилина</i>	148
ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ..	151
<i>Ю. В. Сысоева</i>	151
ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РАБОЧИХ МЕСТ	153
<i>В. К. Лазуткин</i>	153
РАЗВИТИЕ ОЦЕНОК ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ	155
<i>В. Ю. Носкова</i>	155
СЕКЦИЯ: «ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ: ГЛОБАЛЬНЫЙ, НАЦИОНАЛЬНЫЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ».....	159
ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	159
<i>М.М. Абрамова</i>	159
ДЕФОРМАЦИИ СТРУКТУРЫ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА КАК ФАКТОР СДЕРЖИВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	161

<i>В.В. Стариков, М.А. Коваленко</i>	161
РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНКИ РЕГУЛИРУЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ ЗА 2020 ГОД	166
<i>Е. В. Осина</i>	166
ЭВОЛЮЦИЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТОВ РФ	170
<i>К.Э. Рыжих</i>	170
ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ	175
<i>А. Е. Рукина</i>	175
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ НЕРАВЕНСТВО И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ РОССИИ	178
<i>А.В. Салихов</i>	178
ВЗАИМОСВЯЗЬ НАКОПЛЕНИЯ СУБЪЕКТАМИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ПУТЕМ ФИНАНСИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ БЮДЖЕТНЫХ МЕСТ В ВУЗАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	181
<i>Е. М. Архипова</i>	181
СЕКЦИЯ: «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПУБЛИЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ»	185
РОЛЬ И МЕСТО СОВЕТА ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАНЫ	185
<i>Т. Ю. Михайлова</i>	185
ТИКТОК КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ТОЧКА КАСАНИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА	187
<i>М. А. Самойлова</i>	187
УТИЛИЗАЦИЯ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ: ЗАРУБЕЖНЫЕ ПРАКТИКИ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ	189
<i>М.С. Лобанов</i>	189
КЛАСТЕРНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ КАК ОБЪЕКТ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА	193
<i>А. Е. Козымаева</i>	193
ПРИЧИНЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	196
<i>Д. А. Кузьмич</i>	196
СЕКЦИЯ: «РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ И ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»	200
ИСТОРИЯ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: НАСЛЕДИЕ МАМОНТОВЫХ	200
<i>Е. А. Белоусова</i>	200
ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ	202
<i>Е.С. Смирнягина, Д.А. Галимзянова</i>	202
МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ: ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ	204
<i>Е. А. Баскакова, О. А. Вертопрахова</i>	204
СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	208
<i>К.М. Васильченко, В.В. Терехов</i>	208

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА.....	212
А.К. Верчасова	212
КАК ВЫРАСТИТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ И НУЖНО ЛИ ЭТО?	214
А.А.Окунева, Е.Ю.Соломатова	214
Финансовая грамотность – условие успешной предпринимательской деятельности.....	217
Т. В. Жукова, О.А. Прозорова	217
УСПЕШНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ – КТО ОН?	222
Сычева-Передеро Е.Э.	222
РЕАЛИЗАЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА» (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ)	232
А. Т. Давтян	232
РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ	235
М. Е. Останин	235
СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ЕГО РОЛЬ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РОССИИ.....	238
С.С.Ларин	238
ВЛИЯНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ЛИЧНЫХ ПОМОЩНИКОВ (ИРА) НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ	242
А.Д.Симонов	242

СЕКЦИЯ: «СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МАРКЕТИНГА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ»

УДК 339.138

БЛОГ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Д.А. Брякина

Кафедра маркетинга и бизнес-коммуникаций
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
dash.briakina@yandex.ru

В данной работе блог рассматривается как один из инструментов маркетинговых коммуникаций в сфере образования. Приводятся результаты анкетирования преподавателей профессиональных образовательных организаций, которые показывают востребованность услуг КРИПО на образовательном рынке Кузбасса. Автор рассказывает про существующие методы продвижения в Институте и предлагает рекомендации по их усовершенствованию, а именно – рекомендации для продвижения корпоративного блога.

Ключевые слова: блог, продвижение блогов, блоггинг, образовательные услуги.

За последнее десятилетие в мире наблюдается бурное развитие блогов, которые преимущественно популярны на Западе. Компании, которые осознали эффективность блоггинга как современной формы общения с клиентами, партнерами и даже конкурентами, стараются использовать этот инструмент, привлекая отдельных сотрудников или PR-менеджеров, а в некоторых случаях и менеджеров по рекламе и маркетингу. Надо признать, что существует масса руководителей и менеджеров российских компаний, которые до сих пор не разделили мнения о том, что блоггинг-это мощный экономичный инструмент делового общения, обеспечивающий быструю и эффективную обратную связь.

На сегодняшний день блог можно считать не только информационным порталом, но и площадкой для совместной работы, то есть социально ориентированной, профессиональной коммуникационной площадкой.

Тщательное использование блога как инструмента управления информацией может обеспечить значительные конкурентные преимущества на рынке и способствовать расширению доминирующей маркетинговой зоны компании.

Блог (термин происходит от «web-blog» - «интернет – журнал») — это личный дневник или заметки, которые публикуются в Интернете в открытом доступе, с целью сделать их открытыми для широкого круга пользователей. Со временем функции и назначение блогов расширились, что привело к

более полному пониманию их как каналов коммуникации. Сегодня блог рассматривается уже не просто как дневниковые записи, а как сложившаяся система коммуникации между компанией (производителем информации) и потребителем (получателем) в Интернете.

Блоги позволяют публиковать новости компании, которые могут быть написаны живым и ярким языком, с оригинальным стилем блогера. В таком виде информация будет восприниматься не как формальный и традиционный пресс-релиз, а как интересное и привлекающее внимание сообщение.

Корпоративный блог — это инструмент взаимодействия с самыми различными аудиториями и в первую очередь – с целевой аудиторией. Цель корпоративного блога-создать постоянную, устойчивую читательскую аудиторию, которая будет активно участвовать в общении, оставляя посты и комментарии. Корпоративный блог помогает выстроить двустороннюю коммуникацию между компанией и клиентами, в том числе долгосрочные дружеские отношения, основанные на корпоративной прозрачности и социальной ответственности компании.

В данной статье объектом исследования выступает Государственное бюджетное учреждение дополнительного профессионального образования «Кузбасский региональный институт развития профессионального образования». Блог важен для образовательных организаций, в том числе и для организаций дополнительного профессионального образования, так как они позволяют выстроить двустороннюю коммуникацию между компанией и клиентами, а также донести содержание новых программ и их практическую значимость языком реального человека, образ которого к тому же многим может быть знаком.

Согласно Программе развития института на 2020 – 2022 год, достижение стратегической цели будет обеспечено в рамках реализации проектов по четырем направлениям, одно из которых — это «Цифровой институт». В данное направление входит проект «Разработка фирменного стиля и продвижение услуг института», которое включает в себя разработку концепцию позиционирования цифровых образовательных услуг института, реализацию схемы продвижения услуг и продуктов. Проект позволит сформировать позитивный имидж института на региональном и межрегиональном уровнях, что будет способствовать повышению спроса на его образовательные и иные услуги, привлечению дополнительных финансовых ресурсов.

Ожидаемые результаты реализации проекта:

- формирование позитивного имиджа института на региональном и межрегиональном уровнях;
- повышение спроса на образовательные и иные услуги института;
- привлечение дополнительных финансовых ресурсов за счет оказания востребованных на рынке услуг.

В ходе реализации проекта было проведено анкетирование, основная цель которого – выявить наиболее востребованные формы и направления обучения среди преподавателей профессиональных образовательных организаций (таблица 1).

Таблица 1

Организации, в которых преподаватели и руководители повышают квалификацию

Наименование организации	Количество	Процент
КРИПО	416	79,7
Образовательный центр «Инфоурок»	29	5,5
Образовательная платформа «Юрайт»	8	1,5
Онлайн школа «Фоксворд»	8	1,5
КРИПКиРО	7	1,2

Результаты опроса показали:

- В КРИПО повышают квалификацию 416 человек (79,8%);
- В образовательном центре «Инфоурок» повышают квалификацию 29 человек (5,6%);
- На образовательной платформе «Юрайт» повышают квалификацию 8 человек (1,5%);
- В онлайн школе «Фоксворд» повышают квалификацию 8 человек (1,5%);
- В КРИПКиРО повышают квалификацию 7 человек (1,3%);
- В других образовательных организациях повышают квалификацию 53 человека (10,3%).

Результаты опроса показывают высокие результаты, однако они не отражают всю действительность в целом. В связи с развитием дистанционного и онлайн обучения за прошедший год на рынке все больше увеличивается конкуренция на образовательные услуги. Поэтому для Института важно использовать все возможные методы офлайн и онлайн продвижения.

На сегодняшний день в Кузбасском региональном институте развития профессионального образования услуги продвигаются при помощи следующих инструментов: индивидуальная рассылка на почту образовательной организации, личные звонки, анонсы в социальных сетях. Для более успешного продвижения на рынке необходимо развивать корпоративный блог, так как он является современным и эффективным инструментом маркетинговых коммуникаций.

Индивидуальная рассылка на почту образовательных организаций является основным инструментом маркетинговых коммуникаций в КРИПО. На заранее собранные в базы электронные адреса профессиональных образовательных организаций Кузбасса, регионов Сибирского федерального округа, Дальневосточного федерального округа и Уральского федерального

округа высылаются информация о предстоящих мероприятиях с указанием названия, сроков проведения, описанием и контактов ответственных лиц. Данный инструмент позволяет осведомить большую часть потенциальных слушателей.

Личные звонки как инструмент маркетинговых коммуникаций используется гораздо реже, но тоже имеет место быть. Такой инструмент позволяет установить контакты с теми слушателями, которым нужно донести дополнительную информацию, либо получить их данные для дальнейшего сотрудничества.

Анонсы размещаются ежедневно в таких социальных сетях, как Instagram, Вконтакте и Facebook. Они состоят из краткого описание предстоящего события, контактной информации и ссылки на сайт Института. Анонсы позволяют привлечь потенциальных потребителей, которые раньше не принимали участие в мероприятиях или не знали о них.

Блог как инструмент маркетинговых коммуникаций в Институте присутствует, но он не развит и используется в основном как лента новостей. А поскольку блоггинг в современных условиях является эффективным инструментом, то его необходимо применять для продвижения образовательных услуг.

Ниже приведены базовые принципы разработки и ведения блога КРИПО:

- Для ведения и продвижения блога необходима команда, состоящая из нескольких человек: дизайнер, который будет создавать макеты для постов и историй, копирайтер, который будет отвечать за текстовое наполнение и актуальность информации, а также человек, который будет непосредственно координировать деятельность первых двух и создавать активность в социальных сетях. Иногда все вышеперечисленные функции может исполнять один человек.

- Периодичность обновления контента в блоге должны быть регламентирована контент-планом, который разрабатывается на неделю/месяц вперед. Как правило, для увеличения охватов необходимо выкладывать не менее одного поста и не менее 5 историй в день. При чем истории должны выкладываться равномерно на протяжении всего дня: несколько историй утром, затем в обед и вечером.

- Наиболее популярная и удобная сейчас площадка для ведения блога – это Instagram. Большое количество активной аудитории сосредоточенно именно на ней. Но также не стоит забывать и про другие страницы в социальных сетях, которые имеются у КРИПО.

- Весь блог необходимо разделить по темам: информационный, продающий, вовлекающий и экспертный контент. Продающих постов должно быть меньше остальных, так как постоянное навязывание своих услуг может отпугнуть потребителей. Примерное соотношение должно быть

следующим: продающие посты – не более 20%, информационные – 40-50%, экспертные, вовлекающие, развлекательные посты – 30-40%.

Ведение блога предполагает не только предоставление информации и общение с потребителями. Блог, как и любой другой инструмент продвижения, имеет свои плюсы и минусы. Было бы неправильно предполагать, что онлайн-дневник — это панацея, которая может заменить другие PR-методы продвижения компании и ее услуг. Однако каждая компания принимает решение об использовании того или иного инструмента продвижения, исходя из типа своего бизнеса и целей. Но нужно понимать, что блог - это один из самых популярных и мощных PR-трендов, который предоставит компании возможности, которые трудно переоценить.

Использование такого маркетингового инструмента как блог позволит «Кузбасскому региональному институту развития профессионального образования» повысить спрос на образовательные услуги и увеличить узнаваемость как на локальном, так и на межрегиональном уровне, а также привлечь дополнительные финансовые ресурсы.

Литература

1. Иванько Александр Федорович, Иванько Михаил Александрович, Гомзелева Кристина Блоги в системе сетевых коммуникаций // Символ науки. 2017. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/blogi-v-sisteme-setevyh-kommunikatsiy> (дата обращения: 23.03.2021).
2. Муштатова Мария Сергеевна Корпоративный блог как фактор успешной коммуникации // Молодой исследователь Дона. 2017. №4 (7). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnyy-blog-kak-faktor-uspeshnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 23.03.2021).
3. Государственное бюджетное учреждение дополнительного профессионального образования «Кузбасский региональный институт развития профессионального образования» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://krirpo.ru/> (дата обращения: 23.03.2021).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Шадрин В.Г.

УДК 339.138

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ БРЕНДИНГА

А. Д. Гарбузова

Кафедра маркетинга и бизнес-коммуникаций
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
anna.garbuzowa@yandex.ru

Аннотация: Данная работа ставит перед собой следующую цель: описание понятия фирменный стиль, его элементов, определение роли фирменного стиля в создании позитивного образа компании и продвижении её продукции.

Ключевые слова: фирменный стиль, имидж, продвижение продукции.

Актуальность данной темы заключается в том, что успех компании, продвижения её продукции сильно зависит от того, как воспринимают компанию потребители, насколько образ компании для них является притягивающим и запоминающимся. Данному успеху в значительной степени способствует фирменный стиль, который представляет лицо компании и обеспечивает узнаваемость её продукции.

В данной работе будут рассмотрены такие аспекты, как понятие фирменного стиля, его основные и дополнительные элементы, цели и функции фирменного стиля, какие преимущества даёт фирменный стиль компании, а также будут рассмотрены примеры компаний с удачным фирменным стилем. Вся информация, представленная в данной работе, была получена путем анализа различных литературных источников.

В первую очередь необходимо сказать, что фирменный стиль – это набор различных методов (цветовых, языковых, графических), обеспечивающих определенную целостность всей продукции компании и отличающих её от продукции конкурентов [1].

С каждым годом всё больше компаний по всему миру и в России в частности понимают важность фирменного стиля и стараются его совершенствовать, чтобы удержаться на плаву, выделяться среди конкурентов, сформировать определенный имидж, образ в умах потребителей и привлекать новых клиентов. Несмотря на это, существуют компании, у которых фирменный стиль отсутствует вообще. Такие компании, конечно же, сильно проигрывают своим конкурентам, ведь они не используют такую важную составляющую брендинга. Без фирменного стиля у компании не может быть бренда как такого. Наличие же фирменного стиля напротив указывает на уверенность компании, которая им обладает, в том, что она производит на покупателя положительное впечатление. У брендинга существует множество задач, и одна из них заключается в том, чтобы напоминать покупателям о позитивных эмоциях, которые они испытывали ранее при приобретении товаров или услуг данной компании. Следовательно, можно сделать вывод, что фирменный стиль косвенно обеспечивает некую гарантию высокого качества продукции.

Фирменный стиль преследует следующие цели:

1. Идентифицировать продукцию компании, указывать на её связь с компанией;
2. Выделять продукцию компании из бесчисленного множества схожей продукции конкурентов [2].

У фирменного стиля существует множество различных элементов. В целом, к основным элементам можно отнести следующие: товарный знак, товарная марка, логотип, фирменный лозунг, фирменный блок, фирменные

константы, фирменный цвет и фирменный комплект шрифтов. Также по мнению различных авторов существуют другие дополнительные элементы фирменного стиля.

Важно отметить, что наличие качественно разработанного фирменного стиля даёт компании целый ряд преимуществ и если их обобщить, то можно сделать вывод, что фирменный стиль – это один из главных методов создания благоприятного имиджа компании, а также эффективный элемент продвижения её продукции [3].

В данной работе также были рассмотрены примеры компаний с фирменным стилем, который обеспечивает их успех множество лет, среди них: Coca-cola, Mercedes, Tefal, Dove и другие. У большинства людей сформирован положительный образ об этих компаниях, имеются четкие ассоциации с ними, и в этом большая заслуга принадлежит их фирменному стилю.

В заключение можно сказать, что в данной работе были рассмотрены все основные аспекты фирменного стиля, была изучена его актуальность и всевозрастающая роль в формировании положительного образа компании в глазах потребителей.

Литература

1. Годин, А. М. Брендинг: учебное пособие [Текст] / А. М. Годин. – 4-е изд. – М.: Дашков и К°, 2019. – 184 с.
2. Цыганков, В. А. Фирменный стиль или корпоративная идентификация: учебное пособие [Текст] / В. А. Цыганков. – М.: ООО «Сам Полиграфист», 2015. – 35 с.
3. Смирнова, М. А. Дизайн фирменного стиля и его роль в формировании имиджа компании [Текст] / М. А. Смирнова, Н. А. Бобырева // Вестник института мировых цивилизаций – 2020. – №5. – С. 11-16.

Научный руководитель – канд-т экон. наук, доцент Поликарпова Л. А.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГ ВЛИЯНИЯ В ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЕ

Н. С. Камынина

Кафедра маркетинга и бизнес-коммуникаций
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

kamyninanatalia@mail.ru

Аннотация. В настоящее время маркетинг влияния набирает обороты. Продвижение продукта (услуги) с помощью инфлюенсеров или, как их ещё называют, лидеров мнений – это популярная практика для различных компаний из разных сфер деятельности. В этой работе мы рассмотрим тенденции маркетинга влияния и особенности его применения в гостиничной и санаторно-курортной сфере.

Ключевые слова: маркетинг влияния, блогеры, лидеры мнений, гостиничный бизнес.

Данная тема весьма актуальна, так как в современном мире инфлюенсеры стали популярным каналом продвижения. Чтобы разобраться, откуда такая популярность у маркетинга влияния, были проанализированы различные источники информации. В данной работе мы ответим на следующие вопросы: что такое маркетинг влияния и кто такие инфлюенсеры, тенденции и особенности работы с лидерами мнений в индустрии гостеприимства.

Начнем с определений. Маркетинг влияния – это довольно новый способ продвижения, суть которого работа с лидерами мнений.

Influencer – пользователь, имеющий обширную и лояльную аудиторию, блогер, публикации которого оказывают заметное влияние на подписчиков [1].

Блогер – это любой человек (даже виртуальный), который ведет онлайн-дневник (блог), регулярно делится контентом.

В чём же популярность маркетинга влияния? Сегодня потребители очень избалованы и требуют индивидуального подхода. Работу маркетологам значительно осложнили такие факторы как, повсеместная «баннерная слепота», негативное отношение к навязчивой рекламе и многое другое. Необходимы новые решения и способы продвижения. Один из них – покупка рекламы у лидеров мнений, которая (по мнению многих экспертов) является своеобразной альтернативой сарафанного радио в интернет пространстве. У блогеров есть активная аудитория, которая к ним прислушивается, а также неповторимый стиль и способ донесения информации, что положительно сказывается на восприятии рекламного сообщения.

Стоит отметить, что растет число компаний, прибегающих к маркетингу влияния, в 2021 году из них 63% планируют увеличить бюджеты на это направление. Согласно исследованию Influencer marketing Hub объем индустрии в 2020 году составил 9,7 млрд долларов, а уже к 2025 году объем рынка инфлюенс маркетинга должен достигнуть 23,52 млрд долларов[2].

Какие же отличительные особенности работы с инфлюенсерами существуют в гостиничной сфере? Чаще всего для работы в гостиничном и санаторно-курортном бизнесе прибегают к услугам travel-блогеров. Главное преимущество инфлюенсеров в том, что их обзоры гораздо нагляднее, лучше передают личные ощущения и эмоции от отдыха. Работать с лидерами мнений можно на бартерной основе. Для гостиниц и санаториев главная выгода в том, что на рынке услуга дорогостоящая, но её себестоимость значительно ниже[3].

Особенности работы с лидерами мнений рассмотрим на конкретном примере. Санаторий «Южное взморье» активно применяет маркетинг влияния для продвижения своих услуг. Как организация взаимодействует с инфлюенсерами, какие критерии отбора и требования существуют, а главное какие результаты приносит такое сотрудничество.

Благодаря собранным данным был сформирован список (чек-лист), который учитывает все тенденции и особенности работы с инфлюенсерами в данной сфере.

Литература

1. IAB Russia Influencer Marketing Glossary 2021 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://iabrus.ru/uploads/files/5/IAB21_Glossary_Influence.pdf (дата обращения: 20.03.2021).
2. Influencer Marketing 2020 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://influencermarketinghub.com/Influencer_Marketing_Benchmark_Report_2020.pdf (дата обращения: 20.03.2021).
3. Отельные инфлюенсеры [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://welcometimes.ru/opinions/anastasiya-dzhmuhadze-otelnye-inflyuensery-nelzya-izmeryat-prodazhami-chto-napryamu-u-ne> (дата обращения: 20.03.2021).

Научный руководитель – к.э.н., доцент Котова О. Н.

УДК 339.138

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ: ЗА И ПРОТИВ

А. А. Карасев

Кафедра маркетинга и бизнес-коммуникаций
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

wuwzxq@mail.ru

Аннотация. Маркетинг на предприятии всегда страдал от недостатка вложений, но за последнее время данная проблема стала проявляться в еще большем объеме. Именно в такой ситуации на помощь бизнесам и приходит партизанский маркетинг.

Ключевые слова: маркетинг, партизанский маркетинг.

В условиях пандемии и карантина традиционные инструменты и механизмы маркетинга при воздействии на потребителя становятся всё менее эффективными. Проблема эффективности большинства классических методов продвижения встаёт достаточно остро. Данная проблема возникла из-за перенасыщения рынка рекламой. В условиях, так называемой, «потребительской слепоты» компании всё чаще прибегают к нестандартным, альтернативным способам позиционирования себя на рынке.

Существует множество маркетинговых инструментов, которые компания может применять в своих целях, несомненно, у каждого из них есть свои плюсы и минусы. В текущий период времени партизанский маркетинг – один из тех инструментов, который компании должны внедрять в свою деятельность. Он сочетает в себе такие преимущества, как ненавязчивость для клиента, бюджетность, доступность для компаний любых размеров. Но

также у него есть несколько минусов, которые будут рассмотрены в дальнейшем.

Партизанский маркетинг призван привлечь клиентов в компанию максимально аккуратно, ненавязчиво и с минимальными вложениями. Грамотно применяя сильные стороны партизанского маркетинга, компания может привлечь новых клиентов, увеличить продажи, а также сэкономить определенную сумму денег на вложениях в маркетинг. У данного инструмента есть и свои недостатки. Иногда невозможно оценить эффективность внедрения того или иного мероприятия. Но если грамотно избегать недостатков, использовать только положительные стороны партизанского маркетинга, то данный инструмент может пойти компании только на пользу.

Партизанский маркетинг – один из тех инструментов, который может позволить себе применить любая компания. Если его мероприятия будут реализованы неудачно, то компания не понесет больших убытков, так как в основном они не требуют больших вложений. В целом можно сказать, что у него больше преимуществ, чем недостатков, поэтому он обязателен к применению любой компании, которая хочет повышать прибыль и быть у клиентов на виду.

Литература

1. <https://blog.calltouch.ru/chto-takoe-partizanskiy-marketing-i-kak-on-rabotaet/> [Интернет-ресурс];
2. Александр Левитас «Больше денег от вашего бизнеса. Партизанский маркетинг в действии» [Текст];
3. <http://www.levitas.ru/pmdetali.htm> [Интернет-ресурс].
Научный руководитель – канд-т экон. наук, доцент Поликарпова Л. А.

УДК 339.138

EVENT-МАРКЕТИНГ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Д.А. Кедрин

Кафедра маркетинга и бизнес-коммуникаций
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
kedrin_d@mail.ru

Аннотация. В современном мире событийный маркетинг занимает одну из ключевых ролей для компаний, в особенности для крупных. Но данный вид деятельности может быть подвержен определенным рискам, таким, как, например, недавняя пандемия, которая сильно ограничила спектр возможных действий предприятия «КМГ» в этой сфере своей деятельности. В данной работе мы попытаемся рассмотреть все способы и методы решений данной проблемы, которые предпринимали в компании «КМГ»

Ключевые слова: событийный маркетинг, event-маркетинг, событийный маркетинг в условиях пандемии, решение проблем возникающих при реализации event-маркетинга.

Эта тема весьма актуальна, в особенности, в настоящее время, так как «Дамоклов меч» все еще висит над событийным маркетингом и становится довольно-таки сложно его реализовывать и в данной работе мы постараемся разобраться, как с этим справляется одна из самых крупных рекламных компаний в Кемеровской области.

В данной работе мы ответим на следующие вопросы: что такое event-маркетинг или, как его еще называют, событийный маркетинг, тенденции событийного маркетинга, способы борьбы с угрозами, возникающие на пути event-маркетинга

Event-маркетинг или событийный маркетинг – это создание неких мероприятий, которые создают положительное мнение о компании и формируют лояльность клиентов к бренду и его товарам/услугам

Почему событийный маркетинг важен для компаний? Во-первых, он помогает, создать хорошее впечатление о компании. Во-вторых, он формирует лояльную аудиторию бренда, которая в будущем будет часто обращаться именно к этой фирме за необходимыми товарами или услугами. В-третьих, компания налаживает более тесную связь со своим клиентом и начинает лучше понимать, что именно ему нужно и уже исходя из этого в будущем может формировать более точное предложение для своих клиентов.

Также, не стоит забывать и о том, что событийный маркетинг так же помогает формировать корпоративную культуру в компании, в особенности это актуально для больших компаний и холдингов, в которых у коллег не такая тесная связь, как, допустим, в фирме в которой работает 2-3 человека. При создании различных корпоративов люди больше сближаются, посредством различных командных игр и тому подобных методах, которые используются, во время этих мероприятий. В результате чего, повышается эффективность работников, так как они начинают работать более слаженно, как одна команда.

Но в свете последних событий, мы теперь в особенности понимаем, одну из основных проблем событийного маркетинга, он зачастую может быть подвержен внешним факторам, с которыми нельзя что-то сделать, только подстроится каким-либо образом.

Такой крупной компании, которая занимается в том числе событийным маркетингом, естественно тоже доводится сталкиваться с внешними факторами, которые оказывают воздействие на проведение мероприятий и им приходится выходить из положения разными путями, чаще всего они устраивали онлайн мероприятия, но иногда устраивали и целые флешмобы, которые ставили рекорд Гиннеса и все это в условиях пандемии.

«КМГ» является провайдером world skills 2020 и регулярно проводит мероприятия, даже не смотря на пандемию, благодаря ним, они смогли установить мировой рекорд Гиннеса, устроив флешмоб для world skills под названием «Дай пять – поддержи Россию»

Суть его заключалась в том, чтобы люди делали фотографии где дают друг другу «пять» со своими родственниками или друзьями. Далее эту фотографию нужно было выложить в любую свою любимую соцсеть с хештегом # Hi5WSR и # WorldSkillsRussia. Для более крупного распространения предлагалось отмечать своих друзей и передавать им эстафету «Дай пять!»

Данная акцию получила широкое распространение, на столько, что даже в различных учебных заведениях люди целыми группами участвовали в этом флешмобе, так как хотели тоже поддержать Национальную сборную, благодаря чему в конечном итоге и был взят рекорд Гиннеса.

Литература

1. Событийный маркетинг: сущность и применение для продвижения товаров и услуг в РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-marketing-suschnost-i-vozmozhnost-primeneniya-kak-mehanizma-prodvizheniya-tovarov-i-uslug-v-rf/viewer> (дата обращения: 20.03.2021).
2. Событийный маркетинг: понятие, сущность и преимущества событийного маркетинга [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-suschnost-i-preimuschestva-sobytiynogo-marketinga/viewer> (дата обращения: 20.03.2021).
3. Worldskills - Russia [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://worldskills.ru/> (дата обращения: 20.03.2021).

Научный руководитель – к.э.н., доцент Котова О. Н.

УДК 339.138

СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ – РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

А. А. Кобелева

Кафедра маркетинга и бизнес-коммуникаций
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
tata.v26@mail.ru

Аннотация: На сегодняшний день социальные площадки в сети Интернет охватывают широкую аудиторию, открывают большие возможности для смм-специалистов, маркетологов и бизнесменов. В данной работе анализируется роль социальных сетей в продвижении товаров и услуг. Рассматриваются возможности основных социальных медиа, которые связаны с вовлечением целевой аудитории в информационно коммуникационный процесс, с последующим распространением и

продвижением продукта.

Ключевые слова: социальные сети, социальный маркетинг, Social Media Marketing.

На сегодняшний день маркетинг в социальных сетях стал неотъемлемой частью современного общества и существенно повлиял на взаимоотношения организаций с потребителями. Социальные медиа позволили компаниям напрямую контактировать с аудиторией, получать от нее необходимую информацию, выстраивать долгосрочные отношения со своими потребителями, формировать их лояльность, повышать продажи и многое другое.

Как и организациям, так и потребителям стало проще получать быструю обратную связь и также быстро реагировать на нее. Реклама в социальных сетях перестала быть навязчивой и стала восприниматься менее агрессивно, что позволяет компаниям успешнее продвигать свои товары и услуги. Благодаря популярным социальным сетям стало возможным получать подробные отчеты о рейтинге использования ссылок, раздачи контента на сайтах компаний и т.д. В свою очередь для организаций одним из главных преимуществ использования социальных сетей в продвижении товаров и услуг стала более низкая цена за рекламу.

Большое количество успешных компаний ведут коммерческие страницы в социальных сетях. Разберем основные социальные платформы для бизнеса.

Фаворитами среди социальных медиа на сегодняшний день являются:

1. Facebook – крупнейшая социальная сеть, которая обладает вирусной силой в маркетинге в продвижении бренда. Причина заключается в большой известности данной социальной сети и огромной аудитории. Все интересные анонсы стремительно разносятся по просторам Facebook, а читатели в свою очередь с такой же скоростью поглощают информацию, обсуждая ту или иную новость со своими знакомыми или друзьями. По этой причине большинство крупных компаний часто используют силу вирусного маркетинга Facebook;

2. ВКонтakte – одна из самых популярных социальных сетей, которая обладает активной целевой аудиторией в возрасте от 18 до 34 лет. Особенностью данной площадки является большое количество публикаций, быстрым обновлением и индивидуальной фильтрацией новостей, благодаря которой компаниям легче находить своего потенциального потребителя. Как и во многих социальных сетях ВКонтakte имеет раздел «реклама», где можно легко задать параметры таргетинга;

3. Instagram – всеми известная социальная площадка, которая является отличным инструментом для продвижения не только товаров и услуг, но и конкретных личностей, благодаря которым на сегодняшний день можно повысить узнаваемость бренда с помощью визуального контента и рекламы у блогеров. Дополнительными популярными приемами на площадке

Instagram являются хэштеги, масслайкинг, массфоллоving, реклама платформы и т.д. Instagram тратит на рекламу на 23% больше, чем на Facebook, согласно внутреннему анализу компании Merkle;

4. Одноклассники – социальная сеть с более взрослой платежеспособной аудиторией. Это является одним из главных преимуществ продвижения продукции именно на этой платформе. Интересной функцией является модификация группы в формат интернет-магазина, в котором можно подключить разделы «товары» и «каталог», что позволяет быстрее продавать товар;

5. TikTok – один из самых новых инструментов продвижения бизнеса и привлечения клиентов. Согласно просочившейся рекламной презентации с октября 2019 года, TikTok сообщает, что ежемесячно имеет 800 миллионов активных пользователей по всему миру.

Конечно, это далеко не все социальные площадки, на которых работают smm-специалисты различных компаний. С каждым годом растет не только число социальных сетей, но и количество активных пользователей. 321 миллион новых людей присоединились к социальным сетям в 2019 году, общее число пользователей социальных сетей увеличилось с 3,48 миллиарда до 3,8 миллиарда (рост на 9%) в 2020 году.

Социальный маркетинг – это новый, полезный и перспективный способ продвижения на рынке товаров и услуг с помощью популярных на сегодняшний день социальных сетей, блогов, каналов и т.д. Правильное и разумное применение Social Media Marketing дает возможность ознакомить клиентов с компанией, обратить внимание на деятельность организации, а также увеличить количество продаж и повысить узнаваемость бренда.

Статистика маркетинга в социальных сетях растет с каждым днем. Лидирующие компании используют эти статистические данные в своих интересах, чтобы проанализировать наиболее эффективные социальные методы, способы и площадки для продвижения собственных товаров и услуг.

Литература

1. GWI-инструменты анализа аудитории, Цифровая аналитика и потребительские тенденции. [Электронный ресурс] // URL: <https://www.globalwebindex.com/> (дата обращения: 29.03.2021).
 2. Сумских, И. А. Инновационные методы продвижения товара [Текст] // Территория науки. – 2012. – № 3. – С. 54-60.
 3. Основные статистические данные маркетинга в социальных сетях за 2020 год. [Электронный ресурс] // URL: <https://vc.ru/social/133426-osnovnye-statisticheskie-dannye-marketinga-v-socialnyh-setyah-za-2020-god/> (дата обращения: 29.03.2021).
 4. Продвижение товаров и услуг в социальных сетях. [Электронный ресурс] // URL: <https://cpamonstro.com/smm/pokupki-socseti/> (дата обращения: 29.03.2021).
- Научный руководитель - канд. экон. наук, доцент Поликарпова Л.А.*

УДК 339.138

СЕНСОРНЫЙ МАРКЕТИНГ: ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

А.М. Петушова

Кафедра маркетинга и бизнес-коммуникаций
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
sachenka618285@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается теоретическая основа сенсорного маркетинга, а также эффективность его использования.

Ключевые слова: сенсорный маркетинг, влияние, органы чувств, потребитель.

В современном мире уже невозможно обойтись простыми традиционными способами привлечения клиентов. Все обычные способы рекламы настолько приелись потребителям, что они перестали обращать на них внимание.

Поэтому производители ставят перед собой задачу по поиску новых нестандартных способов, которые через подсознание людей помогут вновь эффективно завладеть их вниманием и надолго остаться в их памяти. С этой задачей хорошо помогает справляться сенсорный маркетинг. Многие компании постепенно стали включать его в продвижение своего бренда или же отдельного продукта.

Сенсорный маркетинг, это очень сложный, но и очень эффективный тип маркетинга. Данный метод воздействует на потребителя через все органы чувств, тем самым вырабатывая условный рефлекс на определенный продукт или бренд.

Создателем сенсорного маркетинга является Мартин Линдстром. В своём исследовании он показал, насколько важно задействовать в рекламе органы чувств клиента. Например, если во время покупки будет играть приятная музыка, то вероятность приобретения товара увеличивается на 65%. Привлекательный запах – на 40%, вкус – 23%, осязание – 26% и зрение – 46%. А если задействовать все пять органов чувств, то появление лояльных покупателей обеспечено больше чем на 100%!

Люди воспринимают мир с помощью своих чувств. Многие эмоции возникают с помощью запаха, звука и т.д. Поэтому, если грамотно использовать сенсорный маркетинг в продвижении своих товаров или бренда, компания быстро добьется успеха на рынке.

Также ученые выявили, что 95% умственной работы происходит бессознательно, т.е. без воздействия разума. Из этого можно сделать вывод, что на решение о покупке человека воздействуют эмоционально-мотивационные моменты.

Естественно, не все компании смогут использовать пять чувств потребителей. Но задействовав хотя бы два органа чувств, не считая

зрительного восприятия, у них появится больше возможностей для продвижения бренда и формирования лояльности покупателей.

В сенсорном маркетинге существуют 5 инструментов, каждый из них отвечает за отдельный чувственный орган человека. Рассмотрим их более подробно.

Цвет. Цветовое влияние оказывается с помощью успешного подобранных цветов в интерьере магазина, товара, тем самым привлекая клиентов, формируется подходящая атмосфера, для покупок. Правильно подобранные цвета в упаковке товара, рекламе или же дизайне магазина напрямую связано с тем, какой именно чувственный образ о предмете создаст человек. Цвет влияет на психоинтеллектуальное состояние индивида и может, как успокаивать, создавать творческую атмосферу, так и раздражать, отталкивать.

Например, сезонность. Во время осеннего и зимнего периода многие чувствуют упадок сил и нехватку позитивных эмоций. Как раз в этот период потребители нуждаются в яркой, энергичной рекламе, которая поднимет им настроение.

Абсолютно все, неосознанно попадают под влияние различных звуков, которые подталкивают нас к тем или иным действиям. Звуковой инструмент создает для каждого человека свою конкретную ассоциацию. Мелодии, которые сопровождают клиентов, значительно влияют на их психофизическое поведение. Например, спокойная и медленная мелодия успокаивает и как бы приглашает человека подольше задержаться в магазине и тщательнее рассмотреть товары, чтобы появилось желание в их необходимости и покупке. Быстрая и энергичная музыка заставляет клиента обойти как можно больше прилавков в магазине, обычно такую музыку включают в торговых центрах, гипермаркетах. Многие компании проявляют повышенный интерес к музыкальным слоганам. Они знают, что такой слоган создает дополнительную эмоциональную связь с клиентами и надолго остается в их памяти.

Запахи воздействуют на эмоциональную память человека и надолго сохраняются в ней. Поэтому для стимулирования продаж многие магазины используют силу ароматов. Люди запоминают связь запаха с конкретным местом или ситуацией. И уже в дальнейшем, если человек столкнется с конкретным запахом, то память и воображение воссоздадут те эмоции, которые впервые были испытаны в той или иной ситуации. К примеру, мандарины, это неотъемлемая часть новогоднего праздника, поэтому у многих, вне зависимости от времени года, запах мандарин будет вызывать эмоции, связанные с этим праздником.

Осязание даёт возможность понять размеры, форму, свойства поверхности, степень свежести, влажности и температуры. В процессе приобретения товара не мало важную роль играет физический контакт. Без

контакта с тем или иным продуктом многие отказываются его покупать. Поэтому так тяжело внедрились интернет-магазины в жизнь конечного потребителя, пока не появилась услуга – «примерка доставляемого товара». Ведь большинству потребителей прежде, чем купить товар, необходимо оценить его качество, а если речь идет об одежде, то подобрать правильный размер.

Вкус неразрывно связан с запахом. Человек воспринимает четыре основных вкуса: сладкий, горький, кислый и солёный. Остальные вкусы мы чувствуем благодаря запахам. Их необычная комбинация или оригинальная текстура привычного продукта привлекают новых посетителей в ресторан или кафе.

Данные инструменты сенсорного маркетинга можно использовать в сочетании друг с другом, либо по отдельности. Чтобы подобрать подходящее сочетание нескольких инструментов нужно отталкиваться от своих потребителей и особенностей товара. Особенность сенсорного маркетинга состоит в том, что влияние на потребителей оказывается как при прямом контакте на местах продаж, так и за счёт рекламы, посылая покупателям эмоциональный призыв вспомнить, ощутить и потрогать. Специалисты, благодаря использованию сразу всех элементов сенсорного маркетинга, могут построить почти неразрывную эмоциональную связь с целевой аудиторией.

Литература

1. Сагдеева, Н.В. Сенсорный маркетинг как эффективный способ успешных продаж / Н.В. Сагдеева // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014.
2. Козлова О.О. Сенсорный маркетинг / О.О. Козлова, Т.А. Воронина, Ю.В. Махрова// Экономика РОССИИ в XXI веке. – 2015. – С. 213-217.
3. Вельмискина О.В. Сенсорный маркетинг как инновационный инструмент успешных продаж / О.В. Вельмискина // Studium. – 2016 – С. 4-2 (41).
Научный руководитель – канд. экон. наук Поликарпова Л. А.

УДК 339.13

НЕЙРОМАРКЕТИНГ: ПРОЕКТИВНЫЕ МЕТОДИКИ

С.С. Тайченачева

Кафедра маркетинга и бизнес-коммуникаций
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
tauchenacheva2000@mail.ru

Аннотация: в данной статье рассматривается применение разноуровневых метафор в методике ZMET. Особое внимание было уделено ментальным моделям и глубинным метафорам. Был сделан вывод о том, что совокупность данных моделей можно эффективно применять при разработке маркетинговой стратегии, а также при разработке концепции товара.

Ключевые слова: ZMET, проективные методики, разноуровневые метафоры.

Сегодняшний в современной маркетинговой науке существует огромное множество инструментов и методов эффективного продвижения товаров и услуг до конечного потребителя. Основной задачей маркетинга является удовлетворение нужд и потребностей людей через управление спросом. Механизмы воздействия на потребителя многосторонни и разнообразны. С точки зрения инноваций и инновационных, нестандартных подходов, всё больший вес приобретает нейромаркетинг.

Нейромаркетинг, иными словами, сенсорный маркетинг – это совокупность мероприятий, изучающих отношение мозга человека к рекламе и маркетингу в целом [1].

В современных условиях, для того, чтобы повысить лояльность потребителей и их вовлеченность в процесс покупки, а также увеличить стремительными темпами объем продаж и извлекаемой прибыли, методы сбора количественных данных не всегда являются достаточно эффективными. Необходимо глубже вникать в потребности целевой аудитории, которые находят свое место на уровне подсознания и инстинктов. Так как во многих случаях, респонденты, по причине того, что испытывают некоторый эмоциональный дискомфорт (страх, смущение, тревогу, напряженность и др.), могут давать ложные или искаженные ответы на вопросы интервьюера, в ходе чего достоверность и точность проводимых маркетинговых исследований значительно снижается.

Для выявления глубинных и слабоосознаваемых потребностей хорошо зарекомендовали себя проективные методики, так как глубокое понимание факторов, которыми определяется поведение потребителя, предоставляет собой ценную информацию не только для правильного позиционирования товара, но и для тщательной проработки свойств и характеристик товаров или услуг, а также имиджа компании.

Проективные методики представляют собой совокупность методик, которые направлены на изучение личности и предназначены для проективного диагностического подхода [2]. Основой таких методик является желание человека объяснять процессы окружающей его среды во взаимосвязи со своим духовным миром (чувствами, желаниями, потребностями и др.), поэтому их применение находит свое место в качестве инструментов не только в практической психологии, но и в маркетинговых исследованиях.

В качестве проективной методики хорошо зарекомендовала себя методика «ZMET» - «Zaltman Metaphor Elicitation Technique», что с английского переводится как «техника извлечения метафор Зальтмана». Данная техника - инструмент для исследования системы конструкторов потребителя в ходе управляемой беседы, которая на сегодняшний день является запатентованной [3]. Она способна сочетать в себе элементы таких наук, как: нейробиология, психоанализ, лингвистика, искусство, и может находить свое применение в выявлении ментальных моделей, способных определять поведение конкретного индивида. Главной целью ZMET - отображение скрытых мыслей потребителей на сознательный уровень [4].

Данная методика позволяет выявлять разноуровневые метафоры, которые отражают личностные мировоззренческие установки, которые представлены на рисунке [5].



Рис. Применение 3 уровней метафор в методике ZMET

Ментальная модель представляет собой интуитивное понимание функционирования какого-либо объекта или системы, основываясь на прошлом опыте человека и информацией, которой он владеет. Впервые гипотеза о существовании таких моделей была выдвинута в 1940-х Кеннетом Крейком с целью объяснить ход мыслей человека, учитывая то, что каждый индивид воспринимает окружающий мир через призму собственных ментальных моделей.

Ментальные модели формируются следующим образом:

1. Наблюдение – с помощью органов чувств человек получает информацию об окружающем его мире. В течении некоторого времени он начинает сравнивать объекты наблюдения между собой и выявлять некоторое сходство между ними. Таким образом каждый индивид способен создавать свои уникальные ментальные модели. Процесс наблюдения начинается с самого рождения и по мере взросления усложняется;

2. Погружение – чувства человека стимулируются при полном взаимодействии с определенной системой. Примером может служить плач, который проявляется во время просмотра фильма, где присутствуют эмоциональные или трогательные сцены. И хотя погружение не формирует новых ментальные моделей, оно способно вывести чувства человека на новый уровень;

3. Культура – люди, которые принадлежат к разным культурам, имеют разнообразные ментальные модели, поэтому интернационализация и локализация продукта или услуги является достаточно сложным процессом.

Глубинные метафоры являются базовым ориентиром человека, при помощи которого он воспринимает окружающий его мир. Они представляют собой набор абстрактных понятий, которые являются частью ментальных моделей. С их помощью человек способен узнать то, что ранее ему было неизвестно или посмотреть на повседневные явления под другим углом. Примером может служить негативная реклама бренда, где каждый индивид способен определять для себя самостоятельно, что является причиной его негативной реакции на рекламу: будь то стыд, злость, ненависть или же другие отрицательные эмоции.

Можно сделать вывод о том, что ментальные модели и глубинные метафоры, которые являются частью методики ZMET, можно эффективно применять для разработки концепций продуктов, изменении маркетинговой стратегии или разработки дизайна товара, т.к. маркетологи могут понимать суть принятых потребителями решений на интуитивном уровне.

Литература

1. Нейромаркетинг // Словарь маркетолога [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.calltouch.ru/glossary/neyromarketing/> - свободный (дата обращения: 25.03.2021).
2. Шляпникова, И. А. Проективные методы психодиагностики: учебное пособие [Текст] / И. А. Шляпникова; под редакцией Е. Л. Солдатовой. – Челябинск: ЮУрГУ, 2005. – 12 с.
3. Ямпольская, А. Л. ZMET – инструмент эффективного бренда [Текст] / А. Л. Ямпольская // Перевод и межкультурная коммуникация: теория и практика. – 2017. - №3. – С. 65-69.
4. Пивоварова, И. В. Метаморфная модель Зальтмана как методика маркетинговых и социальных исследований [Текст] / И. В. Пивоварова // Социальная реальность виртуального пространства: материалы I Международной практической конференции / ИГУ – Иркутск, - 2019. С. 408-412.

5. Марченко, А. В. Сравнение исследовательских методик ZMET и СКАЗКА [Текст] / А. В. Марченко // Тенденции развития науки и образования. – 2018. - №34-2. – С. 12-13.
6. Aipta Ballav. Mental models and user experience [Электронный ресурс] / Aipta Ballav // UXmatters– Режим доступа: <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2016/05/mental-models-and-user-experience.php> - свободный (дата обращения: 27.03.2021).
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Поликарпова Л. А.

УДК 339.13

ЗНАЧЕНИЕ ЛОГОТИПА ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

К.А. Устинова

Кафедра маркетинга и бизнес-коммуникаций
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

ustinova.k.a@bk.ru

В данной статье рассматривается важность логотипа как графического элемента для фирменного стиля. Приводятся результаты анкетирования потребителей города Кемерово, а также предложен новый вариант логотипа для компании «Балатон и К».

Ключевые слова: логотип, фирменный стиль, конкурентоспособность.

Многие организации имеют фирменный стиль, который отличает их от других организаций. Являясь одним из элементов фирменного стиля, логотипы являются очевидной сильной стороной бренда. Логотип, эмблема, визитная карточка в первую очередь являются элементом, отражающим лицо фирменного стиля. При помощи логотипа обеспечивается признание организации, ее легче отделить от однородной массы других компаний. Заведения для того, чтобы выделиться среди конкурентов, стараются иметь отличительный логотип. Люди не хотят рисковать, особенно когда они пробуют новые продукты. Поэтому логотип должен быть очень простым, подходящим для данной организации и немного детализированным по мере необходимости. Логотип должен иметь структуру, сочетающую в себе перспективу компании, фирменный стиль и современность. Логотип создает видимое лицо бренда или организации. В связи с этим очень важно в современных условиях для любой компании иметь свой логотип, который легко можно будет узнать и запомнить.

Рассмотрим основные атрибуты и функции логотипа.

Атрибутивные характеристики обусловлены гибкостью изображения на множестве вспомогательных элементов, таких как бумага, пластик, текстиль, металл и т. Д. Атрибуты логотипа должны обеспечивать сильную идентичность компании. Логотип должен быть:

- Разборчивым;
- Ясным, легким для понимания;
- Адаптивным - для проектирования в горизонтальном и вертикальном форматах, в любом размере;

- Воспроизводимым - легко копировать, черно-белый или цветной;
- Запоминающийся;
- Вневременным - испытание на выживание во времени;
- Простым - быть легко узнаваемым.

Функции логотипа обеспечивают графическую, визуальную и чувственную коммуникацию и позволяют транслировать сообщение публике. Рассмотрим некоторые из них:

1. Функция контакта - обеспечивает и поддерживает контакт с общественностью;
2. Объяснительная функция - определяет идентичность и личность организации;
3. Денотативная функция - предлагает информацию о продукте/услуге/событии;
4. Функция идентификации - указывает на целевую аудиторию;
5. Эстетическая функция - внушает удовольствие, чувствительность.

Объектом исследования в данной статье является предприятие ООО «Балатон и К», основанное в 2011 году и осуществляющее оптово-розничную продажу. Розница представлена торговой маркой «Птичий двор» уже порядка 10 лет. Штат компании составляет 92 человека. В настоящее время предприятие занимает одно из ведущих мест по переработке и реализации продукции из мяса птицы и мяса на рынке Кузбасса. Ежемесячно цехом перерабатывается не менее 260 тонн сырья.

ООО «Балатон и К» сегодня – это стабильно работающее и развивающееся предприятие по переработке мяса. Главным фирменным отличием компании является ориентация на традиционные способы изготовления продукции из мяса птицы и мяса. В производстве не используются современные пищевые добавки: созреватели, ускорители, каррагинаны, которые размягчают мясо птицы и мясо, искусственно насыщают ее водой, что приводит к увеличению массы мяса птицы и мяса во время посола. Для честного производителя не приемлема сомнительная выгода от применения таких добавок, т.к. они могут непредсказуемо сказаться на здоровье потребителей.

Важно выделить, что на сегодняшний день рынок мяса птицы достаточно насыщен и имеет высокую конкуренцию. Политика государства выступает за поддержку местных товаропроизводителей, дабы сократить импорт. В связи с этим компания ООО «Балатон и К» желает повысить узнаваемость бренда, осуществить выпуск продукции премиального сегмента, выйти на новые рынки и завоевать в еще большей мере доверие клиентов.

С целью создания нового логотипа был проведен опрос потребителей на рынке города Кемерово. Всего было опрошено 135 человек. Основная цель

данного исследования – определить название для нового бренда и его цветовые решения (рисунок 1).

С каким цветом у вас ассоциируется мясная продукция?

135 ответов

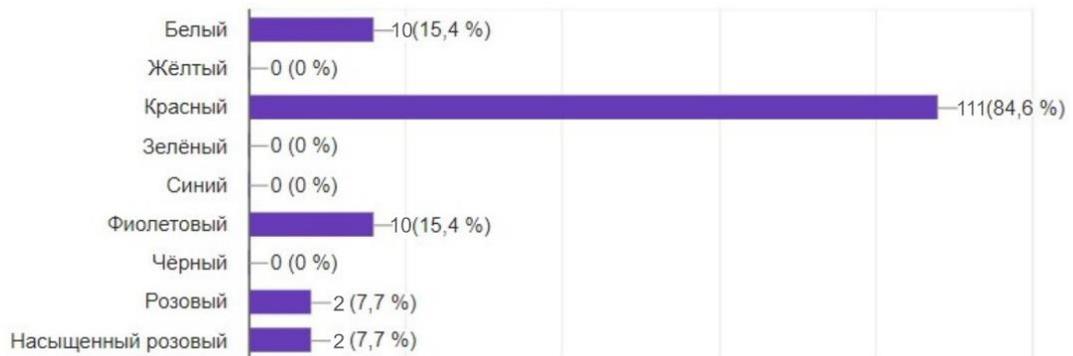


Рисунок 1 – Результаты опроса потребителей на рынке г. Кемерово

Результаты опроса показывают, что большая часть потребителей ассоциирует мясную продукцию с красным цветом. Именно поэтому компания взяла его за основу при разработке нового логотипа (рисунок 2).



Рисунок 2 - Товарный знак компании ООО «Балатон и К»

Важным отличительных критерием выбора таких оттенков в создании этикеток была яркость и мгновенная запоминаемость. Желтый – цвет солнца

и процветания. Сам по себе желтый цвет продуктов возбуждает аппетит. Особенно зимой продукты в упаковках желтого цвета и его оттенков пользуются большим спросом. Причина этому – напоминание о тепле, о лете. Красный цвет возбуждает аппетит, призывает к действию и легко запоминается. Многие продуктовые бренды используют его в качестве основного цвета.

Новый логотип также отражает основную суть компании и является простым, легким для запоминания. На логотипе присутствует текст, который легко читаем и не выбивается из общей концепции фирменного стиля. Форма логотипа тоже выбрана не случайно, так как круг означает равновесие, совершенство. Изображение петуха также говорит об основной сфере деятельности компании.

Подводя итоги, можно сказать, что внедрение нового логотипа в ООО «Балатон и К» поможет компании выделиться среди конкурентов, стать узнаваемой на рынке мясных продуктов и получить признание среди потребителей.

Литература

1. Ильченко Анжелика Игоревна Фирменный стиль в формировании благоприятного образа компании // Медиасреда. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/firmennyy-stil-v-formirovani-blagopriyatnogo-obraza-kompanii> (дата обращения: 28.03.2021).
 2. Сварян, А. О. Разработка логотипа как элемента фирменного стиля / А. О. Сварян // Актуальные проблемы правового, социального и политического развития России : Материалы X Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, Саратов, 20 апреля 2017 года. – Саратов: Издательство "Саратовский источник", 2017. – С. 251-254.
 3. Горелкина, А. А. Влияние особенностей логотипа на восприятие человека / А. А. Горелкина, Т. П. Иванченко // Вестник Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы. – 2017. – № 2(42). – С. 130-137.
- Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Поликарпова Л.А.*

УДК 339.138

SMM-ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА, АЛГОРИТМ, ТРЕНДЫ

Е. Ю. Антонова

Кафедра маркетинга и бизнес-коммуникаций
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
ms.lena.antonova.00@bk.ru

Аннотация. Разнообразие инструментов интернет-маркетинга заставляет бизнесы искать новые эффективные способы продвижения для своего бренда в социальных сетях. Одним из популярных способов в настоящее время является SMM, который представляет собой ряд мероприятий, направленных на использование различных стратегий и социальных медиа в качестве каналов продвижения. Это позволяет

бизнесам выделиться из большого количества конкурентов, привлечь потенциальных потребителей, повысить уровень лояльности клиентов, а также увеличить узнаваемость и размер прибыли.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, SMM, SMM-продвижение, SMM-стратегия, контент, социальные сети, продвижение бренда, тренды.

Актуальность темы исследования связана с тем, что каждый день социальные сети охватывают все большее количество пользователей. Социальные сети в настоящее время стали неотъемлемой частью современного общества. Сегодня практически у каждого интернет-пользователя есть личная страница, где он может найти старых знакомых, новых друзей, получить возможность дополнительного заработка, а также узнать много интересующей информации. Поэтому различные онлайн-платформы дают огромные возможности общения с потенциальными клиентами. За счет этого предприятия, начиная от малого бизнеса и заканчивая крупными корпорациями, настраивают SMM. По данным Hootsuite (платформа по управлению социальными сетями), в 2020 году в мире насчитывалось 3,8 миллиарда активных пользователей социальных сетей, что составляет 49% всего населения. В России таких 70 миллионов, то есть 48% населения [1].

SMM основан на общении с аудиторией и позволяет более точно анализировать настроения клиентов на рынке, своих конкурентов и быстро реагировать на создавшиеся ситуации.

SMM как инструмент интернет-маркетинга представляет собой ряд мероприятий, которые позволяют компании генерировать лиды (т.е. потенциальных покупателей), посредством грамотного продвижения и представление своего продукта/бизнеса в социальных сетях.

Взаимодействие потребителя с продуктом через социальные сети в настоящее время является самым лояльным и удобным [2].

Далее нужно понимать, что относится к SMM, а именно: создание контента, это то, что позволяет личному бренду или компании привлекать к себе внимание, запуск рекламных кампаний или реализация рекламных интеграций и самое основное – это донесение смыслов, здесь важно показать ценности бренда, преимущества и актуальность через написание смысловых текстов, нейминга и брендинга.

Основной целью SMM является увеличение узнаваемости и прибыли продвигаемого бизнеса.

Достичь этого можно разными путями, такими как: создание комьюнити вокруг бренда, публикациями вирусного контента, умению делиться с аудиторией полезностями с целью получения доверия потенциального покупателя, а так же закупкой и реализацией рекламных кампаний или интеграций на основе дополнительного бюджета.

Для того чтобы основательно продвигать свою страницу в социальных сетях, необходимо продумать, какой она вообще должна быть. Для этого нужна проработка SMM-стратегии, которая включает в себя пошаговый план продвижения продукта, над которым ведется работа. Каждый бренд выстраивает путь своей демонстрации через различные уникальности и донесения смыслов этих уникальностей для конечного потребителя.

Из этого вытекает определение, что SMM-стратегия является тем инструментом, который помогает путем четкой инструкции транслировать ценность и уникальность продукта через разные способы рекламного продвижения.

Перед тем как переходить к пошаговой инструкции, стоит понимать, что продвижение делится на 2 типа: органическое (т.е. локально, например, в рамках INSTAGRAM на существующую аудиторию) и платное (оно реализуется посредством сотрудничества с блогерами, таргетированная реклама, взаимопиар, то, что требует дополнительного вложения).

Теперь разберем пошаговую инструкцию по созданию SMM-стратегии:

1. Проведение SWOT-анализа (прописать сильные и слабые стороны продвигаемого продукта);
2. Определение целевой аудитории (важный этап, который за счет глубокого понимания своей ЦА предоставляет возможность грамотно выбрать способы продвижения и максимально эффективно их применить);
3. Определение целевой работы с аккаунтом (например, повысить узнаваемость бренда или привлечение новых клиентов и т.д.);
4. Проведение анализа конкурентов продвигаемого продукта (важный пункт, который помогает выявить слабые стороны продвигаемого бренда и понять, что можно перенять от конкурентов);
5. Определение каналов продвижения продукта (например, размещение у блогеров, взаимопиар, таргетированная реклама);
6. Подготовка визуала (это форма продвигаемого бренда);
7. Создание вирусного (вирусного) контента (здесь очень важно следить за трендами, которые происходят в социальных сетях);
8. Отслеживание изменений каждого «движения» (цифры являются единственным объективным показателем успешности или не успешности любой стратегии) [3].

Ни для кого не секрет, что каждый год в мире SMM происходят различные изменения. Нужно обязательно следить за трендами, чтобы знать и понимать, как их можно применить для продвижения в социальных сетях, так же необходимо разбираться с тем, что еще работает, а что уже неактуально, какие фишки появятся в ближайшее время и как их использовать для продвижения бренда.

Рассмотрим, 5 ключевых трендов, которые влияют на стратегию продвижения бренда в социальных сетях в 2021 году:

1. Пользовательский контент (это такой контент, где клиенты сами рассказывают о товаре, рекламируя его бесплатно либо за бонус);
2. Короткое видео (с появлением Tik-Tok формат таких видео стал очень популярен. За счет мини-видео у пользователей больше заостряется внимание и их, как правило, досматривают до конца);
3. Stories (это популярный «быстрый» контент, который внедрили большое количество социальных сетей);
4. Чистка аккаунтов от ботов и фейков (в 2021 году нужно окончательно забыть о накрутках и двигаться в сторону повышения качества личного контента);
5. Естественность (один из главных трендов 2021 года, как в текстовом, так и в визуальном контенте, живые позы, эмоции, легкая обработка фотографий, больше life историй) [4].

В заключении хотелось бы отметить, что SMM – это одно из самых быстроразвивающихся направлений интернет-маркетинга. Нужно постоянно следить за трендами, чтобы одним из первых использовать новые функции и быть на шаг впереди конкурентов.

Литература

1. Hootsuite [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.hootsuite.com/> - свободный (дата обращения 30.03.2021).
2. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях [Текст] / Д. Халилов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 216 с.
3. Сенаторов, А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях [Текст] / А. Сенаторов – М., 2016 – 130 с.
4. Савостина, К. С. Современные тренды продвижения в социальных сетях / К. С. Савостина, В. В. Калитина. [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – 2018. – №19 (205). – С. 70-73. – URL: <https://moluch.ru/archive/205/50164/> (дата обращения: 30.03.2021).
Научный руководитель – канд-т экон. наук, доцент Поликарпова Л. А.

СЕКЦИЯ: «РАЗВИТИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА, АУДИТА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ СТРАТЕГИЙ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ»

УДК 338: 658

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: В ЧЕМ ИЗМЕРЯЕТСЯ, ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ

А. С. Лисименко

Кафедра менеджмента им. И. П. Поварича
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
andronova.nsts@gmail.com

Актуальность вопроса эффективности деятельности предприятия повышается в период экономического кризиса, когда речь идет о необходимости экономии и рационализации производств. В статье была определена сущность эффективности, основные ее показатели и способы повышения. Было рассмотрено влияние национального проекта «Производительность труда» на эффективность деятельности конкретного предприятия.

Ключевые слова: эффект, эффективности, результативность, показатели эффективности

Между понятиями эффект, эффективность и результативность наблюдается существенная разница. Эффект определяется как абсолютная величина, отражающая полезный результат деятельности предприятия. Эффект может быть выражен в таких показателях как объем валовой, реализованной продукции, величина чистой прибыли и другие [1]. Результативность деятельности понимается как достижение поставленных целей в установленные сроки [2]. Отметим, что, анализируя только абсолютные показатели нельзя сделать достоверные выводы об успешности деятельности предприятия. В то время как эффективность – относительная величина, которая позволяет сопоставить полученный эффект с затратами на его достижение.

Для оценки общей эффективности используют следующую группу показателей:

- выработка, трудоемкость и производительность характеризуют эффективность использования живого труда;
- фондоотдача, фондоемкость показывают эффективность использования средств труда
- эффективность использования средств труда выражается в коэффициенте оборачиваемости, в длительности одного оборота оборотных средств.

- для оценки эффективности использования основных производственных фондов и оборотных средств используют такие показатели как рентабельность, отдача производственных фондов [3].

Выделяют также сравнительную эффективность, с помощью которой можно провести сравнение альтернативных вариантов и выбрать из них наиболее выгодный, например принять решение о модернизации предприятия. Когда речь идет о сравнительной эффективности, то эффектом будет являться предполагаемая экономия, а затратами дополнительные капитальные вложения, с помощью которых удалось достичь экономии [3].

Кроме того, при оценке эффективности деятельности предприятия используют такой показатель как точка безубыточности, которая определяет минимальный объем выпуска продукции, позволяющий выйти на получение прибыли. На точку безубыточности оказывает влияние цена продукции, величина постоянных и переменных издержек [4].

Существует и другая классификация эффективности, разработанная Г. Клейнером, ее основанием является состав подсистем. Он выделял целевую, ресурсную и экономическую эффективность. Целевая эффективность отражает то, насколько функционирование системы соответствует ее целевому назначению. Ресурсная эффективность отражает интенсивность использования имеющихся у предприятия ресурсов, т.е. она определяется соотношением объема выпуска продукции и затраченных ресурсов. Экономическая эффективность отражает платежеспособный спрос и равновесные цены на определенные виды товаров, в данном случае показателями служат прибыль, добавленная стоимость и т.д. [5].

Рассмотрим варианты, при которых повышается эффективность деятельности предприятия:

- экономический эффект возрастает, в то время как затраты остаются неизменными;
- снижаются затраты, а экономический эффект остается без изменения;
- вместе с ростом эффекта снижаются затраты;
- растет и эффект, и затраты, при условии, что эффект увеличивается быстрее, нежели затраты [4].

Существует ряд факторов, которые способствуют повышению эффективности деятельности предприятия, к ним относят:

- уровень использования в производстве научно-технических достижений, модернизация оборудования, автоматизация рабочего процесса и т.д.;
- организационные факторы, а именно создание организационной структуры управления, которая соответствовала бы миссии и целям организации, рациональный подбор и распределение кадров внутри организации;

- социально-экономические факторы, к которым относятся улучшение условий труда, обучение и повышение профессионализма сотрудников, внедрение системы мотивации;

- маркетинг, благодаря которому можно существенно увеличить финансовый оборот компании [6].

Принимая в расчет вышеописанные факторы, а также фактические показатели деятельности предприятия определяются направления развития и комплекс мероприятий, направленных на повышение эффективности.

Государство также заинтересовано в повышении эффективности деятельности предприятий. Так, национальный проект «Производительность труда» направлен на обеспечение роста производительности труда на средних и крупных предприятиях не сырьевых отраслей экономики не ниже 5% в год. Данный проект призван стимулировать внедрение новых управленческих, организационных и технологических решений, направлен на развитие системы подготовки и обучения кадров основам повышения производительности труда, а также на оказание методической помощи организациям.

«Завод железобетонных изделий» в г. Кемерово в августе 2020 года стал участником национального проекта «Производительность труда». Пилотным проектом был выбран процесс производства плит перекрытия «Ребристых». В рамках нацпроекта были реализованы следующие мероприятия: около 35% сотрудников были обучены основным инструментам бережливого производства; определены основные потери; изменена схема транспортировки комплектующих со склада.

Проведение данных мероприятий позволило получить следующие результаты: выпуск перекрытий для жилых домов был ускорен почти в 1,5 раза; объемы незавершенного производства сократились на 15%; перерасход бетонной смеси удалось сократить более чем на 50%; время доставки материалов со склада сократилось в 20 раз; выработка в смену на пилотном участке увеличилась на 40% [7].

Таким образом, вышеописанные мероприятия были направлены на повышение ресурсной и экономической эффективности деятельности предприятия. Они могут способствовать сокращению себестоимости производимой продукции, потенциальному увеличению объема ее реализации и, как результат объема валовой прибыли и прибыли от продаж.

Литература

1. Кучеренко, В. Сущность понятия экономической эффективности предприятия [Электронный ресурс] // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2018 – №3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-ponyatiya-ekonomicheskoy-effektivnosti-predpriyatiya> (дата обращения: 27.03.2021)
2. Астахова, Н. И., Менеджмент [Текст] / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин [и др.]. – Москва: Юрайт, 2016. – 422 с.

3. Терехов В. Н. Оценка экономической эффективности предприятия [Электронный ресурс] // МНИЖ. – 2013. – №10-3 (17). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-ekonomicheskoy-effektivnosti-predpriyatiya> (дата обращения: 27.03.2021)
4. Руткаускас, Т. К. Экономика организации (предприятия) [Текст] / Т. К. Руткаускас – Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2018. – 260 с.
5. Бекетова, О. Н. Технологии повышения эффективности деятельности предприятия / О. Н. Бекетова. – Москва : РТУ МИРЭА, 2020. – 108 с.
6. Лытнева, Н. А., Парушина, Н. В., Федотов, А. М. Современные подходы к анализу эффективности производства продукции в управлении промышленным предприятием [Электронный ресурс] // Научный результат. Экономические исследования. – 2017. – №3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-analizu-effektivnosti-proizvodstva-produktsii-v-upravlenii-promyshlennym-predpriyatiem> (дата обращения: 25.03.2021)
7. Промышленные объекты и жилые дома в Кузбассе будут возводить по бережливым технологиям [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://np.ako.ru/press-tsentr/proizvoditelnost-truda-i-podderzhka-zanyatosti/promyshlennye-obekty-i-zhilye-doma-v-kuzbasse-budut-vozvodit-po-berezhlyvym-tekhnologiyam/> (дата обращения: 28.03.2021)
Научный руководитель – кандидат экон. наук, доцент Жидкова Е.А.

УДК 657.01

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ: СУЩЕСТВУЮТ ЛИ ОНИ?

А. С. Дейна

Кафедра финансов и кредита

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

nastyadeina@gmail.com

Аннотация. Предмет. В современном мире нематериальные активы является важной составляющей частью организации или предприятия. Нематериальные активы представляют собой актив, не имеющий материально-вещественной формы; как правило, это результаты интеллектуальной деятельности. Предметом исследования является учёт нематериальных активов в организации. Цель. Целью исследования является изучение понятия «нематериального актива» и его учёта на предприятии; выявление проблематики учёта этого вида актива в организации. Исходя из данной цели, были поставлены и решены следующие задачи: были изучены понятие «нематериального актива», правовая база, касающейся понятия нематериальный актив и его учёта в организации, выявлены и описаны проблемы учёта в организации. Методология. В процессе исследования финансовых вложений использованы такие методы, как изучение материалов по выбранной теме, их анализ, описание, синтез, индукция и дедукция. Результаты: В результате исследования была описана проблематика анализа нематериальных активов в организации, проведён сравнительный анализ таких нормативных правовых актов, как ПБУ 14/2007 «Учёт нематериальных активов» и ФСБУ «Нематериальные активы» и сделаны соответствующие выводы об учёте нематериальных активов в организации. Выводы: В организации может существовать большое количество нематериальных активов, имеющих серьезное значение в формировании дохода предприятия, но они не отражаются в бухгалтерском балансе и не ставятся на учёт в виду их невещественной формы и недостатков в существующем законодательстве.

Ключевые слова: нематериальные активы, учёт нематериальных активов, бухгалтерский учёт

В настоящее время в оборот входит всё больше и больше элементов современных технологий, не имеющих материального аналога, которые являются важной частью любой организации. Так, например, организации разрабатывают или приобретают программное обеспечение, пользуются базами данных, применяют выведенные на предприятии методы оптимизации производства и повышения качества произведённой продукции, и многое другое. По этой причине важно понимать, как эти активы, используемые организацией, отражаются в финансовой документации.

Нематериальный актив представляет собой неденежный актив, не имеющий материально – вещественной формы. К нематериальным активам буду относиться, например, программы для ЭВМ, изобретения, селекционные достижения, секреты производства (ноу-хау), товарные знаки и т.п. Отсутствие у этого актива физической формы создаёт определённые специфические черты и ряд сложностей при учёте этого вида актива (например, усложняются определение срока полезного использования, сумма и способ начисления амортизации, регистрация, списание и многое другое).

В настоящее время для организаций существует ряд сложностей при учёте нематериальных активов, главными из которых являются неточности нормативно-правового регулирования в этой области. В российском законодательстве сведения об определении того, что является нематериальным активом, и их учёте содержатся в таких нормативных правовых актах как Гражданский Кодекс РФ (часть четвёртая), ПБУ «Учёт нематериальных активов» 14/2007, план счетов бухгалтерского учёта финансово-хозяйственной деятельности организаций (счёт 04); также, начиная с 2021 года, при учёте нематериальных активов будет применяться ФСБУ «Нематериальные активы», который был разработан на основе Международного стандарта финансовой отчётности (далее – МСФО) «Нематериальные активы» [4].

В Гражданском Кодексе содержатся основные определения, связанные с интеллектуальной деятельностью и патентами на неё, описаны основные положения о таких нематериальных активах как авторские права, права на произведения литературы, науки и искусства, право на товарный знак и фирменное наименование, патентное право, право на селекционные достижения, право на секрет производства и другое. ПБУ 14/2007 был разработан на основе того перечня нематериальных активов, что есть в Гражданском Кодексе, однако в ГК представлена информация о сущности того или иного вида интеллектуальной деятельности, о его приобретении и распоряжении, а уже в ПБУ 14/2007 (с 2021 года и в ФСБУ «Нематериальные активы») раскрыта информация об использовании нематериального актива (оценка, учёт, расчёт суммы амортизации и т.п.).

Несмотря на то, что ФСБУ «Нематериальные активы» является дополненной версией ПБУ «Учёт нематериальных активов» 14/2007, между ними существует ряд важных отличий, которые могут усложнить их применение на практике. Рассмотрим сравнительную таблицу по этим двум нормативным правовым актам [Таблица 1]:

Таблица 1

Сравнительная характеристика ПБУ 14/2007 «Учёт нематериальных активов» и ФСБУ «Нематериальные активы»

№	ПБУ 14/2007 «Учёт нематериальных активов»	ФСБУ «Нематериальные активы»
1	Признаки нематериального актива	
	<p>1. Актив не имеет материально – вещественной формы;</p> <p>2. Актив предназначен для получения экономической выгоды и использования в производстве;</p> <p>3. Актив предназначен для использования сроком более 12 месяцев или выше обычного операционного цикла, превышающего 12 месяцев;</p> <p>4. Возможно отделение от других активов;</p> <p>5. Организацией не предполагается продажа в течение 12 месяцев или обычного операционного цикла, превышающего 12 месяцев</p> <p>6. Фактическая стоимость может быть достоверно определена.</p>	<p>1. Актив не имеет материально – вещественной формы;</p> <p>2. Актив предназначен для использования в обычной деятельности предприятия;</p> <p>3. Актив предназначен для использования сроком более 12 месяцев или выше обычного операционного цикла, превышающего 12 месяцев.</p>
2	Примеры нематериального актива	
	<p>Научные, литературные и произведения искусства, компьютерные программы, селекционные достижения, секреты производства (ноу-хау), полезные модели и изобретения, товарный знак.</p> <p>В составе нематериальных активов учитывается также деловая репутация, возникшая в связи с приобретением предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части).</p>	<p>Права на использование результатов интеллектуальной деятельности, права на осуществление определённых действий (например, лицензии на добычу полезных ископаемых, вылов рыбы и т.п.), компьютерные программы, научные и технологические знания (ноу-хау), средства индивидуализации.</p> <p>Деловая репутация, товарные знаки, фирменные наименования и т.п. признаются только в случае их приобретения у других лиц.</p>
3	Первоначальный учёт нематериального актива	
	<p>Принимается к бухгалтерскому учёту по первоначальной стоимости, которая определяется на дату учёта.</p>	<p>Принимается к бухгалтерскому учёту по себестоимости, которая формируется из всех затрат на приобретение нематериального актива.</p>

Секция: «Развитие бухгалтерского учета, анализа, аудита в условиях современных стратегий хозяйственной деятельности организаций»

4	К первоначальным расходам на нематериальный актив относятся	
	<p>1. Суммы, уплачиваемые в соответствии с покупкой;</p> <p>2. Таможенные пошлины и таможенные сборы; невозмещаемые суммы налогов, государственные, патентные и иные пошлины, уплачиваемые в связи с приобретением нематериального актива;</p> <p>3. Вознаграждения, уплачиваемые посреднической организации и иным лицам, через которые приобретен нематериальный актив;</p> <p>4. Суммы, уплачиваемые за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением нематериального актива;</p> <p>5. Иные расходы, непосредственно связанные с приобретением нематериального актива и обеспечением условий для использования актива в запланированных целях.</p>	<p>1. Стоимость, уплачиваемая в соответствии с покупкой;</p> <p>2. Невозмещаемые в соответствии с законодательством суммы налогов, сборов, пошлин и иных обязательных платежей в бюджет, уплачиваемых в связи с получением нематериальных активов;</p> <p>3. Заработная плата и любые другие формы вознаграждений работникам организации, труд которых используется для получения нематериальных активов;</p> <p>4. Стоимость работ, услуг, имущественных прав, получаемых за плату у других лиц с целью получения нематериальных активов;</p> <p>5. Проценты и другие долговые затраты, которые в установленном порядке подлежат включению в стоимость актива;</p> <p>6. Стоимость приобретаемых у других лиц сырья, материалов, оборудования и других объектов, необходимые в процессе получения нематериального актива;</p> <p>7. Выплаты в связи с регистрацией юридических прав;</p> <p>8. Затраты на проверку надлежащего функционирования актива;</p> <p>9. Балансовая стоимость других активов организации (например, запасов), списываемая в связи с их использованием для получения нематериальных активов;</p> <p>10. Амортизация внеоборотных активов, используемых при получении нематериальных активов;</p> <p>11. Иные затраты, обеспечивающие получение нематериальных активов.</p>
5	Амортизация	
	Амортизация нематериальных активов списывается с месяца, следующего за месяцем, в котором объект считался нематериальным активом	Амортизация начисляется с момента доставки нематериального актива в место и состояние, пригодное для его использования в соответствии с намерениями организации и когда не требуется значительных затрат для начала использования актива

Источник: [5]

На мой взгляд, в организации будет правильнее использовать ФСБУ «Нематериальные активы», так как он, во-первых, отличается наибольшей

детализированностью в сравнении с ПБУ 14/2007 «Учёт нематериальных активов», во-вторых, ФСБУ написан с опорой на МСФО и, соответственно, содержит лучшую практику мирового бухгалтерского учёта [6].

Из этого следует, что различия в нормативных правовых актах, необходимых для правильного определения и учёта нематериальных активов, отличаются. Это может привести к тому, что организации не будут заниматься учётом этого вида активов или будут делать это неправильно, что приведёт к убыткам. Так, например, ст. 15. 11 КоАП РФ за грубое нарушение требований к бухгалтерскому учёту предусмотрен штраф. С другой стороны, проект ФСБУ «Нематериальные активы» уточняет некоторые пункты ПБУ 14/2007 «Учёт нематериальных активов», что, наоборот, может помочь различать материальные и нематериальные активы. Например, ФСБУ уточняет, что «актив не имеет материально-вещественной формы, за исключением материальных объектов, используемых в качестве носителей информации, таких как модель, образец, диск, флэш-карта, пленка, бумажный носитель, др.»; в ПБУ 14/2007 эта же информация представлена более обтекаемо: «В качестве инвентарного объекта нематериальных активов также может признаваться сложный объект, включающий несколько охраняемых результатов интеллектуальной деятельности» [1]. Такими образом, можно сделать вывод, что при доработке этих нормативных правовых актов, организациям будет проще работать с этим видом актива.

Помимо этого, одной из проблем учёта нематериальных активов является само отнесение актива к нематериальным: некоторые из них хранятся на материальных носителях, например, дисках или флэшках, поэтому в этих случаях необходимо чётко разграничивать, какая часть является материальной, а какая – нематериальной [4]. Также подобные сложности происходят при приобретении программного обеспечения: если организация приобретает патент, саму программу со всеми вытекающими правами на владение, пользование и распоряжение, то это нематериальный актив и, соответственно, подлежит учёту; если же происходит просто покупка программного обеспечения для его использования наравне со всеми остальными пользователями этого программного обеспечения, то это уже не является нематериальным активом и учёту не подлежит. На этом этапе некоторые вещи могут быть отнесены к нематериальным активам, хотя таковыми являться не будут, и наоборот. Здесь ключевую роль играет не законодательство, а недостаточная осведомлённость сотрудников организации.

Также некоторые виды нематериальных активов, такие, как товарный знак, патент или приобретённое программное обеспечение не вызывают вопросов при отражении в бухгалтерском балансе: первоначальная и балансовая стоимость, метод начисления амортизации и её сумма, бухгалтерские записи, по которым проводится учёт нематериального актива, определяются проще, чем у секретов производства – ноу-хау. При учёте

последних часто возникают сложности при определении балансовой стоимости актива и то, какие бухгалтерские записи необходимо использовать при составлении бухгалтерского баланса, его самостоятельной регистрации.

Ноу-хау представляет собой сведения о секрете производства продукции, полученные на предприятии, поэтому определение первоначальной стоимости, которую необходимо отразить в балансе и с помощью которой рассчитывается сумма амортизации, имеет свою специфику и для некоторых не представляется возможным. Также сроком полезного использования будет являться период, пока эта информация является секретной, что сложно предсказать. По этой причине, несмотря на то, что этот актив приносит доход предприятию, его крайне сложно отразить в бухгалтерском балансе. Чаще всего сложнее определить первоначальную стоимость, так как она определяется через сложение всех расходов, которые были осуществлены в момент покупки или создания нематериального актива. Эти расходы перечислены в ПБУ «Учёт нематериальных активов» 14/2007 и ФСБУ «Нематериальные активы», однако формулировки в этих нормативных правовых актах обтекаемы. Например, при определении перечня расходов в организации будет необходимо определить, что является «иными расходами, непосредственно связанными с созданием нематериального актива и обеспечением условий для использования актива в запланированных целях», а что – нет. Срок же полезного использования нематериального актива определяется несколько проще. Очень хорошо это прописано в ФСБУ «Нематериальные активы». Согласно этому документу срок полезного использования можно определить не только исходя из предполагаемого срока, когда актив будет приносить пользу, но и опираясь на срок действия прав на этот нематериальный актив, опыта использования похожих активов, намерений организации в использовании нематериального актива и другое (этот нормативный правовой акт даёт больше информации, касательно срока полезного использования нематериального актива).

Таким образом, мы видим, что в организации может существовать большое количество нематериальных активов, однако их учёт и отражение в финансовой отчётности затрудняется, в - первых, из-за отсутствия материально - вещественной формы и, во - вторых, из-за несогласованности в нормативных правовых актах, регулирующих использование нематериальных активов в организации. Доработка этих актов и повышение квалификации сотрудников, задействованных в работе с нематериальными активами в организации, может значительно упростить учёт этого вида активов.

Литература

1. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учёту «Учёт нематериальных активов» (ПБУ 14/07): приказ Минфина России от 27.12.2007 № 153н (ред. от 16.05.2016)

2. Приказ Минфина России от 15.11.2019 № 181н «Об утверждении федерального стандарта бухгалтерского учета государственных финансов «Нематериальные активы» (может применяться с 01.01.2021 г.)
3. Гордиенко М. В. Направления развития учётной оценки нематериальных активов в контексте стандарта ФСБУ «Нематериальные активы» // Университетская наука. 2020. № 2 (10). С. 135-137
4. Гаджиева К. А. Проблемы учёта нематериальных активов // Международный научный журнал «Символ науки». 2017. № 3. С. 50-52
5. Горлова Н.А. Корнева Д.В. Сравнительная характеристика ФСБУ «НМА» и ПБУ 14/07 «Учёт НМА» // Научный электронный журнал «Меридиан». 2020. № 19. С. 57 – 59
6. Корытина А. А. Сравнительная характеристика IAS 38, стандарта ФСБУ «Нематериальные активы» и ПБУ 14/2007 // Научный электронный журнал «Меридиан». 2020. № 6. С. 375 – 377

Научный руководитель: Кандидат экон. наук, доцент Жидкова Е.А.

УДК 06.73.55

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Л.В. Семиков, Э.В. Филиппова

Кафедра бухгалтерского учета, анализа, аудита и налогообложения
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

elina.filippova.1999@mail.ru

Аннотация. В данной статье подчеркивается важность совершенствования системы управленческого учета в строительной организации. Рассмотрены основные проблемы, с которыми сталкивается строительная организация при ведении управленческого учета. Рассмотрена особенность ведения управленческого учета в строительной организации как составляющая в системе контроллинга. Проведен анализ влияния положений учетной политики на показатели финансовой отчетности.

Ключевые слова. Строительная организация, совершенствование, система контроллинга, управленческий учет, учетная политика.

Для строительных организаций вопросы разработки учетной политики являются весьма важными. Поскольку управленческий учет служит защитой деятельности предприятий и организаций строительного комплекса, это обеспечивает экономическую безопасность хозяйствующего субъекта. В российском законодательстве данные вопросы регулируются Федеральным Законом № 402-ФЗ от 06.12.2001, ПБУ 1/2008 и Налоговым кодексом. Данные рекомендации дают собственное определение учетной политики как документа, ежегодно составляемого главным бухгалтером (бухгалтером) и утверждаемого руководителем организации, который должен содержать основные правила ведения организацией бухгалтерского и налогового учета. Этим документом даны рекомендации в отношении учетной политики для целей как бухгалтерского, так налогового учета организации. От того насколько грамотна и эффективна будет построена данная система зависит успех предприятия на рынке в целом.

В настоящее время отсутствует единая система управленческого учета на предприятии, созданная в целях экономической безопасности хозяйствующего субъекта. Многие ученые экономисты рассматривали данную проблему. Можно отметить работы Н.А. Адамова, М.И. Сулимова, В.В. Балашова и др[4].

Управленческий учет в основном касается контроля, анализа затрат и полученных результатов. В системе управленческого учета на предприятии существует возможность рассмотрения различных альтернатив решения одной задачи и достижения поставленной цели. Это позволяет многим организациям моделировать свое поведение и принимать эффективные решения.

При создании такого документа необходимо учесть специфику отрасли и самого предприятия, которое может выступать как в роли застройщика (заказчика), так и в роли подрядчика (генподрядчика, субподрядчика).

Основной нормативный акт, который отражает особенности ведения бухгалтерии в строительстве – это ПБУ 2/2008 «Учет договоров строительного подряда».

Учет в строительной организации ведется обособленно по каждому объекту, на который есть отдельная смета или проект. Даже если заключен единый договор на весь комплекс, состоящий из нескольких объектов, бухгалтерию ведут отдельно по каждому из них. Для этого должны выполняться следующие условия: по объекту можно выделить доходы и расходы; на объект имеется отдельная техдокументация[3].

Но возможна и обратная ситуация, когда для строительства одного сложного объекта заключены несколько договоров. Их можно с точки зрения учета рассматривать как единый контракт, если: они относятся к одному объекту, по которому согласно учетной политике установлены единые нормы; работы по договорам исполняются одновременно или в рамках последовательного цикла.

В данный момент в строительных организациях в системе управленческого учета используется традиционный подход, который не способен учитывать индивидуальный подход к различным проблемам стратегического управления.

На организацию системы управленческого учета в строительной организации оказывают влияние как внутренние, так и внешние факторы. К ним можно отнести: совокупность нормативных документов, которые регламентируют порядок ведения строительной деятельности; специфика деятельности организации; продолжительность инвестиционного цикла; организационная структура предприятия, индивидуальность строительных проектов и др.

В настоящее время положения, вносимые в учетную политику организации, принято разделять на категории, относящиеся к таким аспектам ее деятельности, как организационно-технический (иногда данный раздел

подразделяется, соответственно, на организационный и технический) и методический аспекты[2].

Организационно-технический аспект учетной политики строительной организации поднимает вопросы о структуре бухгалтерской службы организации, уровне централизации учета, нормативном обеспечении бухгалтерского учета, технологиях обработки учетной информации, правах и обязанностях главного бухгалтера и работников бухгалтерии, формировании рабочего плана счетов и графика документооборота, выборе формы и способа ведения бухгалтерского учета, организации инвентаризации имущества и обязательств, порядке рассмотрения, утверждения и представления годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Методический аспект предполагает определение лимита стоимости основных средств, погашаемых без начисления амортизации, методов оценки активов и обязательств, способов начисления амортизации основных средств и нематериальных активов, выбора способов группировки, списания затрат и метода учета затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции; определение структуры и состава косвенных расходов, способа и базы распределения между объектами учета и калькулирования, способа оценки незавершенного производства, а также оценки активов.

Международными стандартами финансовой отчетности практически не затрагиваются организационно-технические аспекты учетной политики, однако подробно рассматриваются ее методические аспекты, посвященные альтернативным способам отражения фактов хозяйственной жизни в бухгалтерском учете, группировки и оценки элементов бухгалтерской (финансовой) отчетности: методам последующей оценки, амортизации, срокам полезного использования и обесценению нематериальных активов и основных средств, критериям разграничения инвестиционной собственности и собственности, занимаемой владельцем, методам последующей оценки инвестиций и существенным допущениям, используемым при определении их справедливой стоимости, методам амортизации инвестиционной собственности в случае ее оценки по фактической стоимости, текущей оценке запасов и оценке их себестоимости, включая формулу расчета затрат, методам и допущениям, применяемым для определения справедливой стоимости финансовых инструментов, их обесценению, вопросам хеджирования и политике управления рисками при управлении финансовыми инструментами, методам используемым для определения выручки по договору строительства и методам используемым для определения стадии завершенности строительных работ по договору, методам, используемым для признания выручки, определения стадии завершенности при предоставлении услуг, вопросам, связанным с вознаграждением сотрудников, методам признания и представления государственных субсидий, капитализации затрат по займам, методам и значительным допущениям, которые используются при определении справедливой стоимости активов и т. д.

В зависимости от выбора, сделанного руководством организации, в том числе в строительной организации, в отношении конкретных элементов учетной политики, показатели финансовой отчетности и финансовых результатов деятельности организации могут иметь различные значения. При этом организационно-технический раздел существенного влияния на показатели отчетности не оказывает, но имеет значение во внутренней организации контроля за ведением бухгалтерского и налогового учета. В таблице 1 представлены основные элементы учетной политики и отражено их влияние на показатели финансовой отчетности.

Если элемент учетной политики увеличивает показатель, на который он влияет, то он обозначается символом «↑». Если же элемент учетной политики уменьшает значение показателя финансовой отчетности, то ему соответствует символ «↓». Наличие в таблице символа «↔» говорит о том, что показатель меняться не будет, а будет иметь постоянную величину. Заметим, что взаимное влияние положений учетной политики и достигнутых организацией финансовых результатов носит встречный характер. На финансовый результат существенное влияние оказывает учетная политика организации, т.к. во многом оптимизировать величину прибыли позволяет грамотно сформированная учетная политика, которая даёт возможность за счёт выбора методологических приёмов представить в определённом свете финансовое положение хозяйствующего субъекта и его финансовый результат. Для эффективной деятельности строительной организации необходим максимально усовершенствованный механизм управления, такой как система контроллинга, включающая подсистемы планирования, контроля и анализа, а также подсистему учета, опирающуюся в первую очередь на управленческий учет[1]. Управленческий учет как составляющая системы контроллинга является основным источником информационной поддержки принятия управленческих решений. В проектную систему контроллинга строительной организации включаются: формирование учетной политики, договорной политики, коммуникационной политики конкурентных стратегий. К проектной системе также следует отнести и трансакции. При построении системы контроллинга особое значение имеет организация системы учета.

Таблица 1

Влияние положений учетной политики на показатели финансовой отчетности

Элемент учетной политики	Влияние на показатели отчетности			
Организационно-технический раздел				
Способ ведения учета	Не влияет			
Используемый план счетов	Не влияет			
Выбор лиц, ответственных за ведение бухгалтерского учета	Не влияет			
Организация документооборота	Не влияет			
Проведение инвентаризации имущества и обязательств	Позволяет избежать преднамеренных искажений и злоупотреблений			
Организация системы внутреннего учета и контроля	Позволяет избежать преднамеренных искажений и злоупотреблений			
Выбор формы бухгалтерского учета (состава, структуры, и порядка формирования учетных регистров)	Не влияет			
Методический раздел				
Метод начисления амортизации в налоговом учете НМА		Прибыль	Расходы	Себестоимость
	Линейный	↔	↔	↔
	Нелинейный	↓	↑	↑
Метод начисления амортизации в налоговом учете ОС		Прибыль	Расходы	Себестоимость
	Линейный	↔	↔	↔
	Нелинейный	↓	↑	↑
Вариант оценки групподнородных объектов ОС		Внеоборотные активы	Собственные источники	Амортизация
	Дооценка	↑	↑	↑
	Уценка	↓	↓	↓
Способы оценки запасов и расчет фактической себестоимости материальных ресурсов, включаемых в затраты производства		Нераспределенная прибыль	Запасы	Себестоимость
	По себестоимости первых	↑	↑	↓

Секция: «Развитие бухгалтерского учета, анализа, аудита в условиях современных стратегий хозяйственной деятельности организаций»

	по времени приобретения материально-производственных запасов (метод ФИФО) в условиях роста цен			
	По себестоимости каждой единицы	↔	↔	↔
	По средней себестоимости	↔	↔	↔
Способы оценки условно-постоянных расходов		Прибыль	Запасы	Себестоимость
	Включение в себестоимость	↑	↑	↓
	Списание в полной сумме в качестве расходов отчетного периода	↓	↓	↑
Порядок учета материалов на счете 10	Не влияет			
Информация о совместной деятельности	Влияние на показатель «Уставный капитал»			

Вопросы организации управленческого учета в нормативно-правовых актах, составляющих систему законодательного регулирования Российской Федерации, практически отсутствуют. Акцентируя внимание на необходимости разработки учетной политики для целей управленческого учета, следует отметить, что существующий немногочисленный спектр определений и разъяснений понятия «учетная политика для целей управленческого учета» указывает на незавершенность научной дискуссии в отношении концептуальных вопросов: отсутствуют современные согласованные концептуальные основы формирования учетной политики для целей управленческого учета. Учетная политика для целей управленческого учета составляет комплекс учетно-аналитических методик организации

отдельных процессов в детерминированном состоянии системы управленческого учета при обязательном мониторинге факторов внешней и внутренней среды, воздействующих на процесс ее разработки и реализации. Для строительных организаций актуальна проблема формирования учетной политики для целей управленческого учета[1].

Задачами учетной политики для целей управленческого учета строительных организаций является формирование управленческой отчетности, отвечающей критериям полноты, удобства и оперативности, формирование системы показателей, на которые следует ориентироваться руководству организации при принятии им управленческих решений, а также выделение, описание и классификация объектов управленческого учета, разработка регистров управленческого учета и порядка отражения в них хозяйственных операций.

В части определения, формирования и раскрытия учетной политики для целей управленческого учета в системе контроллинга строительных организаций не существует никаких предписаний. Очевидно, что институциональная конструкция данной учетной политики может строиться не только на формализованных положениях, утвержденных нормативными актами, но и на неформальных ограничениях и практиках, которые официально не санкционированы, но тем не менее определяют восприятие, толкование и применение формальных правил субъектами. При этом, однако, необходимо помнить, что, по результатам экономических исследований, качество бухгалтерской информации менее строго регулируемых организаций оказывается ниже, чем на предприятиях, с более строгим регулированием системы учета[2].

Таким образом, принимая учетную политику для целей управленческого учета в системе контроллинга, строительная организация комплекса должно принять меры к обеспечению исполнения ее норм. Учетная политика для целей управленческого учета является связующим звеном между менеджментом и учетом в системе контроллинга. Учетная политика для целей управленческого учета позволяет экономическим субъектам сформировать и преобразовать информацию в такой вид, который бы отвечал запросам менеджеров. В ней может содержаться информация: о вариантах учета и оценки объектов учета; формах первичных документов и учетных регистров, используемых в управленческом учете; перечень и формы отчетов центров затрат и центров ответственности, методы калькулирования себестоимости продукции; правила документооборота; формирование основ стратегического планирования, формирование системы бюджетирования и др.

Любое управленческое решение основывается на анализе информации, которая подготавливается и упорядочивается в системе контроллинга на платформе управленческого учета, что определяет ярко выраженную связь

между успешностью деятельности экономического субъекта и качеством информационного обеспечения его руководства.

Управленческий аспект учетной политики определяет принципы учетной политики (допущения и требования) организации, в соответствии с которыми организуется и ведется управленческий учет в системе контроллинга экономического субъекта.

Основными задачами учетной политики для целей управленческого учета в системе контроллинга строительных организаций являются раскрытие аспектов, касающихся управленческого учета затрат, обеспечение адекватности выбранных способов учета для получения информации о бизнес-процессах в целях принятия управленческих решений, определение способов расчета показателей, на достижение которых мотивируются руководители подразделений, повышение качества и достоверности всех видов отчетности, согласование способов учета (установления их связей) внутри одной учетной системы и со смежными учетными системами, а также определение границы, разделяющей функции ведения счетов[2].

Управленческий учет в строительной организации является важным направлением развития экономики. От совершенствования данной системы зависит не только рост и развитие организации, но и экономики в целом.

Литература

1. Жидкова Е.А. Современный формат управленческого учета в системе контроллинга / Жидкова Е.А., Бычкова С.М., Макарова Н.Н.– Текст электронный // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2016. – № 5. – С. 71-79. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-format-upravlencheskogo-ucheta-v-sisteme-kontrollinga> (дата обращения: 29.03.2021). – 0,5 / 0,16 п.л.
2. Жидкова, Е. А. Контроллинг как основа эффективного управления на предприятиях агропромышленного комплекса / Е.А. Жидкова.– Текст электронный // Техника и технология пищевых производств. – 2018. – Т. 48. – № 4. – С. 139-146. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36932029> (дата обращения: 29.03.2021). – 0,5 п.л.
3. Приказ Минфина России от 24.10.2008 N 116н (ред. от 27.11.2020) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет договоров строительного подряда" (ПБУ 2/2008)" [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82067/ (дата обращения: 29.03.2021).
4. Уткин Н.В. Совершенствование системы управленческого учета на предприятиях строительного комплекса / Уткин Н.В. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-sistemy-upravlencheskogo-ucheta-na-predpriyatii-stroitel'nogo-kompleksa/viewer> (дата обращения: 29.03.2021).
5. Кармокова К.И. Бухгалтерский учет и налогообложение в строительстве: учебное пособие [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/117532> (дата обращения: 29.03.2021).

Научный руководитель – к. э. н., доцент, зав. кафедрой «Бухгалтерского учета, анализа, аудита и налогообложения» Е.А. Жидкова

УДК 657

РОЛЬ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

К.А. Морозова

Кафедра бухгалтерского учёта, анализа, аудита и налогообложения
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

cristina-01@list.ru

Аннотация: В статье рассмотрена роль бухгалтерского учета в системе экономической безопасности организации; определена важность защиты экономической безопасности предприятия от различных угроз. Бухгалтерский учёт является источником формирования именно информационной составляющей, так как не только фиксирует все хозяйственные операции, но и проводит аналитику, что позволяет руководству принимать соответствующие управленческие решения.

Ключевые слова: Экономика, экономическая безопасность, бухгалтерский учет, управленческий учет, внутренний контроль.

В настоящее время вопросы обеспечения экономической безопасности организации выходят на первый план.

На неблагоприятное развитие предприятий оказывают влияние множество факторов: нестабильная политическая и социально-экономическая ситуация в России и в мире, межнациональные, региональные, территориальные конфликты, несовершенство законодательства, криминализация общества, мошенничество, коррупция и другие.[2]

В условиях расширения самостоятельности предприятия, появления конкретных рыночных условий хозяйствования, стремления хозяйствующих субъектов получать максимальную прибыль происходит повышение и обострение внутренних и внешних угроз для ведения бизнеса. Это сопровождается увеличением роли бухгалтерского учета в обеспечении экономической безопасности предприятия.

Целью обеспечения экономической безопасности организации является защита собственности и ее сотрудников от различных угроз, а также их предотвращение. Для того чтобы она была полностью реализована, сначала нужно обеспечить безопасность функционирующих составляющих системы предприятия.

Качественное управление этой системой происходит благодаря информационной функциональной составляющей экономической безопасности предприятия, куда входит учетно-аналитическая информация, которая оперативно отражает все процессы хозяйствования предприятия, помогает отслеживать эффективность использования ресурсов, выявляет отклонения фактического от планируемого и самое главное обеспечивает

экономическую безопасность. [4]. Главенствующая роль в этом процессе отводится бухгалтерскому учёту.

Бухгалтерский учет – это одна из основных функций управления, которая направлена на обеспечение экономической безопасности предприятия. Он предоставляет возможность формирования объективной информации об организации, позволяет систематизировать все данные и первым получать доступ к немаловажной информации.

Бухгалтерский учет определяет экономический статус организации, так как руководители предприятия при решении наиболее важных вопросов пользуются информацией, предоставленной бухгалтером.

В ходе текущего управленческого контроля бухгалтерия проводит мероприятия по предупреждению образования недостач, хищений, незаконного неэффективного расходования денежных средств и материальных ценностей [4, с.14].

Также, бухгалтерия обращает свое внимание на организацию охраны предприятия и оборудование складов, контролирует дебиторскую и кредиторскую задолженность, своевременность и правильность расчётных операций, различные налоговые платежи.

Поэтому бухгалтерский учет является связующим звеном между людьми, принимающими решения и хозяйственной деятельностью. Он определяет

хозяйственную деятельность путем фиксации данных о ней для последующего использования; обрабатывает полученные данные и перерабатывает их таким образом, чтобы они стали полезной информацией; передает посредством отчетов информацию тем, кто использует ее для принятия управленческих решений.

Контроль на предприятии нужен для того, чтобы сотрудники соблюдали коммерческую тайну, для предотвращения нарушений по финансовой дисциплине, для защиты от иных действий сотрудников в интересах конкурентов организации.

К необходимому мероприятию, которое позволит обеспечить экономическую безопасность предприятия, относится эффективная организация ведения бухгалтерского учета и внутреннего контроля.

Главные источники угрозы экономической безопасности организации, которые формируются в системе бухгалтерского учета, связаны с доступом к коммерческой тайне предприятия. Информация, представляющая ценность для других фирм, должны охраняться в соответствии с положением об охране коммерческой тайны со стороны работодателя [3, с.95].

Со стороны бухгалтерского учета можно выделить такие источники угрозы экономической безопасности предприятия как:

- положение о бухгалтерской службе организации;
- учетная политика для целей бухгалтерского, управленческого и налогового учета;

- защита бухгалтерских программ, сбор первичных учетных данных;
- хранение бухгалтерской информации, пароли, ограничение доступа к информации;
- должностные инструкции учетных работников и договора об их материальной ответственности;
- личные качества работников организации.

Наиболее действенным средством по обеспечению экономической безопасности предприятия выступает инвентаризация, которая позволяет выявить положение дел в учете, производстве, предоставляет возможность выявить недостатки и позволяет заставить возместить нанесенный ущерб.

Основной целью инвентаризации является контроль за сохранностью имущества, а также установление соответствия фактических и учетных данных состоянию и наличию имущества. Для проведения данных мероприятий необходимо применение дополнительных действий, например, таких как проведение контрольных проверок с участием квалифицированных специалистов.

Итак, бухгалтерский учет, являясь элементом системы экономической безопасности, является основным процессом при анализе, обработке и систематизации элементов хозяйственной жизни организации. Правильная организация бухгалтерского учета позволяет снизить угрозы экономической безопасности. Эффективно организованный бухгалтерский учет позволяет обеспечить своевременное отражение каждой хозяйственной операции, обобщить и сохранить учетную информацию предприятия.

Литература

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» (от 28.11.2019 г. № 402-ФЗ)
 2. Ильина Д.В., Мухамадиева Э.Ф. Оценка экономической безопасности предприятия / Д.В. Ильина, Мухамадиева Э.Ф. / Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб. ст. по матер. XI междунар. студ. науч.-практ. конф. – 2016 - С. 667-672.
 3. Кучукова Н.М. Роль бухгалтерского учета и внутреннего контроля в обеспечении экономической безопасности и эффективного контроля имущественного комплекса предпринимательских структур / Н.М. Кучукова / Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2017 – № 3(21). – С. 93-98.
 4. Львова М.В., Бочкарева Т.В. Роль бухгалтерского учета в обеспечении экономической безопасности хозяйствующего субъекта / М.В. Львова, Т.В. Бочкарева / Экономика и современный менеджмент. – 2017 - № 4(66). – С. 11-16.
- Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент, Формулевич Я.В.*

УДК 657.1

ФСБУ 5/2019 «ЗАПАСЫ»: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИМЕНЕНИЯ И АВТОМАТИЗАЦИИ НА БАЗЕ 1С

Е.С. Тупота

Кафедра бухгалтерского учета, анализа, аудита и налогообложения
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
helentupota@gmail.com

Аннотация. В данной работе изложены основные предпосылки перехода на новые стандарты ведения бухгалтерского учета. Уделено внимание критериям, предъявляемым к категории «запасы» в российской и зарубежной практике. Дана оценка возможности применения нового стандарта в прикладном решении на базе 1С. Раскрыты особенности применения положений в конфигурации 1С:ERP. Дана сравнительная характеристика новой и старой версии программного продукта в контексте автоматизации положений согласно ФСБУ 5/2019.

Ключевые слова: запасы, ФСБУ, оценка, автоматизация, 1С.

На современном этапе развития экономики и глобализации, расширении сфер международного партнерства, российский сектор становится все более привлекательным для международных инвестиционных потоков. Именно поэтому встает вопрос адаптации российских стандартов бухгалтерского учета к международным практикам ведения учета и отчетности. Одним из самых важных составляющих оценки хозяйственной деятельности экономического субъекта являются оборотные средства, а именно запасы. Таким образом, особое значение необходимо обращать на корректность и правильность ведения учета запасов в соответствии с современными нормами и правилами.

Российский институт учета сформирован и продолжает свое развитие, учитывая потребности современности [3]. В 2019 году был опубликован новый федеральный стандарт бухгалтерского учета 5/2019 «Запасы» (далее - ФСБУ 5/2019). Отметим, что новый ФСБУ 5/2019 разработан с учетом положений МСФО (IAS) 2 «Запасы». Начиная с бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2021 год, применение нового стандарта обязательно для всех российских экономических субъектов, исключение составляют бюджетные организации. [2]. Кроме того, с 2021 года благодаря нормам нового ФСБУ 5/2019 в российском учете запасов вместо понятия «рыночная стоимость» используют такие понятия как «справедливая стоимость», «чистая стоимость продажи».

На рисунке, представленном ниже, приведены критерии, предъявляемые к категории «запасы» в российской и зарубежной практике.



Рис. 1 Критерии, предъявляемые к категории «запасы» в российской и зарубежной практике

Изучив новый стандарт, отметим, что в нем корректируется перечень затрат, которые включаются в стоимость запасов. Это требует изменения системы расчета себестоимости выпускаемой продукции. Таким образом, служба бухгалтерского учета должна будет заниматься оценкой и долгосрочным прогнозом последствий приобретения запасов или формирования резервов. В их стоимость входит стоимость оценочного обязательства (резерва) по добыче полезных ископаемых, утилизации запасов и восстановлению окружающей среды. В случае безналичной оплаты запасов справедливая стоимость должна определяться в соответствии с правилами МСФО. Новый стандарт усложняет учет запасов, следовательно возникает необходимость внесения изменений в процесс автоматизации данного участка.

Так как в современном мире бухгалтерский учет ведется в специализированных информационных системах, встает вопрос своевременности адаптации изменений на законодательном уровне и возможности корректного отражения в программах. Отметим, что в российских компаниях наиболее часто используемыми продуктами являются разработки фирмы «1С». В данный момент поддержка стандарта ФСБУ 5/2019 применяется в конфигурациях, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Конфигурации с возможностью применения ФСБУ 5/2019

Конфигурация	Версия	Дата
ERP. Управление предприятием	2.5.7	30.05.2021
Бухгалтерия Некоммерческой организации КОРП	3.0.88	20.01.2021
Бухгалтерия Некоммерческой организации ПРОФ	3.0.88	20.01.2021
Бухгалтерия предприятия КОРП	3.0.88	15.01.2021
Бухгалтерия предприятия	3.0.88	15.01.2021
Комплексная автоматизация	2.4.13.155	29.03.2021
Садовод	3.0.88	21.01.2021
Управление производственным предприятием	1.3.153	30.03.2021

Как видно из информации, представленной выше в виде таблицы, особо быстро адаптируемыми являются конфигурации, рассчитанные на ведения только бухгалтерского учета, более сложные системы нуждаются в длительной разработке и обновлении, тем самым даты выпуска откладываются в среднем на 3 месяца.

Рассмотрим изменения в информационной системе для возможности корректного применения ФСБУ 5/2019 на примере 1С:ERP (таблица 2).

Таблица 2

**Сравнительная характеристика
использования версий 1С:ERP и их адаптация к ФСБУ 5/2019**

Предмет изменения	Предыдущие версии (2.4. и ранее)	Новые версии (2.5.7)
ТМЦ в эксплуатации	При передаче запасов в эксплуатацию, только часть относится в расходы периода	При передаче запасов в эксплуатацию они сразу списываются в расходы периода
Принятие к учету основного средства только в налоговом учете	Возможность в базовой конфигурации отсутствуют	В документе «Принятие к учету ОС» в поле «Принятие к учету в:» появилась возможность выбрать «в налоговом учете»
Имущественный контроль списанных запасов	Реализовано в подсистеме «ТМЦ в эксплуатации»	Адаптация к стандарту ФСБУ 5/2019, включая списанные ОС (по критерию незначительности)
Дисконтирование при покупке запасов при отсрочке платежа	Возможность в базовой конфигурации отсутствуют	Возможность в базовой конфигурации отсутствуют. Возможно отражение, как «Приобретение услуг и прочих активов»
Запрет включения ОХЗ в себестоимость запасов	Поддерживалось ранее	Поддерживалось в более старых версиях
Обесценивание запасов, формирование резерва и списания резерва	Возможность в базовой конфигурации отсутствуют	Возможность в базовой конфигурации отсутствуют
Авансы поставщикам за приобретение запасов, должны быть учтены в строке запасов (бухгалтерская отчетность)	Возможность в базовой конфигурации отсутствуют	Возможность в базовой конфигурации отсутствуют. Возможно использовать выделенный субсчет
Учет по плановой стоимости при крупносерийном производстве	Возможность в базовой конфигурации отсутствуют	Возможность в базовой конфигурации отсутствуют

Как видно из данных таблицы 2, в готовом обновлении 1С:ERP (версия 2.5.7) будут максимально учтены основные положения ФСБУ 5/2019, однако,

есть положения, которые не были учтены в данной версии, возможно, они будут реализованы в более новых версиях программного продукта.

Таким образом, специалисты фирмы «1С» активно ведут работы по внедрению положений нового стандарта ФСБУ 5/2019 в уже функционирующие конфигурации и предлагают готовые решения, которые можно применять в организациях, решивших переходить на новый стандарт. Однако не все нормы нового положения были учтены в новых релизах, тем самым существуют риски корректности учета и возможностей применения данного стандарта в организации.

Литература

1. Приказ Минфина России от 15.11.2019 № 180н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 «Запасы»
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 2 «Запасы» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 217н)
3. Карпова, О. С. Учет и контроль как объекты институционального моделирования экономики / О. С. Карпова // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2015. – № 3(81). – С. 44-54.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Карпова О.С.

**СЕКЦИЯ: «ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ
РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ, КОРПОРАЦИЙ РЕГИОНА»**

УДК 336.763

**ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИРЖЕВЫХ
ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ (ETFs)**

В.О. Анискин

Кафедра финансов и кредита
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
aniskin42@gmail.com

Аннотация: В статье рассматривается сущность, механизм работы и правовые основы биржевых инвестиционных фондов (ETFs). Целью данной работы является выделение особенностей функционирования фондов ETFs. В рамках исследования представлено авторское определение ETFs, раскрыт механизм функционирования, а также выделены особенности правового положения фондов в разрезе двух школ: англосаксонской (США), имеющей общие законы и отступления от них, и континентальной (Европа), базирующейся на специализированных директивах. В ходе работы использованы методы сравнения, группировки и анализа. В заключении делается вывод о значимости арбитражного механизма для функционирования ETFs.

Ключевые слова: биржевые инвестиционные фонды, ETFs, инвестирование в ценные бумаги, рынок ценных бумаг, фондовая биржа, финансовые инструменты.

Последнее время рынок частных инвестиций переживает бум. Новые участники на рынке в основном придерживаются стратегии «купи и держи». По данным Московской биржи 94% российских инвесторов предпочитают пассивную инвестиционную стратегию [4].

В свете этого все большую популярность набирают новые финансовые инструменты, такие как биржевые инвестиционные фонды (ETFs), которые отлично подходят для долгосрочного пассивного инвестирования.

Объем мирового рынка биржевых инвестиционных фондов превышает 6 триллионов долларов США, имея средний ежегодный прирост около 20%. Эти тенденции продиктовала актуальность выбранной темы.

Биржевые инвестиционные фонды являются современной формой коллективных инвестиций. Благодаря акциям фонда частные инвесторы могут покупать или продавать портфель ценных бумаг, основанный на различных базовых активах.

Учитывая разнообразие подходов к трактовке определения биржевых инвестиционных фондов и основываясь на аспектах, выделяемых авторами, определение биржевых инвестиционных фондов как экономической категории следует сформулировать следующим образом. Биржевой инвестиционный фонд (ETFs) - это инвестиционный фонд, (1) который

осуществляют эмиссию и погашение ценных бумаг ETFs, обращаемых на фондовой бирже (2) и удостоверяет долю владельца ценных бумаг ETFs в праве собственности на активы в инвестиционном портфеле фонда, (3) который соответствует структуре базового индикатора (4) и следует за его динамикой с максимально возможной точностью.

Авторская трактовка позволила учесть такие особенности фондов как:

1. Ликвидность и обращаемость: ETFs торгуются на бирже как обычные акции, их можно приобретать и продавать в течении всего торгового дня по рыночной цене.

2. Наличие имущественных прав: владелец акции ETFs получает права на активы в инвестиционном портфеле фонда, в том числе право на получение дохода от этих активов.

3. Состав портфеля: структура портфеля ETFs абсолютно прозрачна и в точности следует структуре базового индекса или другого базового индикатора.

4. Риски: вследствие жёсткой привязки ETFs к определённому индикатору снижается риск ошибок управляющей компании.

Механизм функционирования биржевых инвестиционных фондов заключается в ключевой особенности поддерживать рыночную цену акций ETFs близкой к базовому значению активов (NAV) в период обращения на фондовой бирже. Создание и выпуск компанией-эмитентом ETFs новых акций своего фонда начинается с обращения к авторизованному участнику (Authorized Participants - AP).

Основной функцией авторизованного участника является представление интересов фонда ETFs на вторичном рынке. Так авторизованный участник покупает для фонда финансовые активы и в обмен на это получает возможность реализовывать на фондовой бирже ценные бумаги ETFs.

Таким образом, авторизованному участнику предоставляется право на арбитражный механизм, который позволяет поддерживать цену акций ETFs в соответствии со стоимостью его базового портфеля активов путём продажи или покупки ценных бумаг на вторичном рынке.

Поскольку ETF торгуется как акция, её цена будет колебаться в течение торгового дня из-за спроса и предложения, существующего на рынке. Например, если ETFs начинают торговаться с дисконтом к базовой стоимости актива (NAV), авторизованный участник может выкупить базовую единицу этого ETF по низкой цене и обменять их на базовые активы, которые могут быть перепроданы. Скупая недооценённые акции ETFs, авторизованный участник возвращает цену ETF обратно к справедливой стоимости, при этом получая прибыль (Рис. 1) [1].

Аналогично, если большое количество инвесторов решат купить ETFs, то цена акций ETFs сможет превысить стоимость базового актива (NAV). Для нивелирования разницы между рыночной стоимостью ETFs и чистой стоимостью базового актива авторизованный участник скупает базовые

единицы ETF у ETF провайдера, которые затем продаёт на открытом рынке как акции ETFs, получая снова прибыль (Рис. 2) [1].

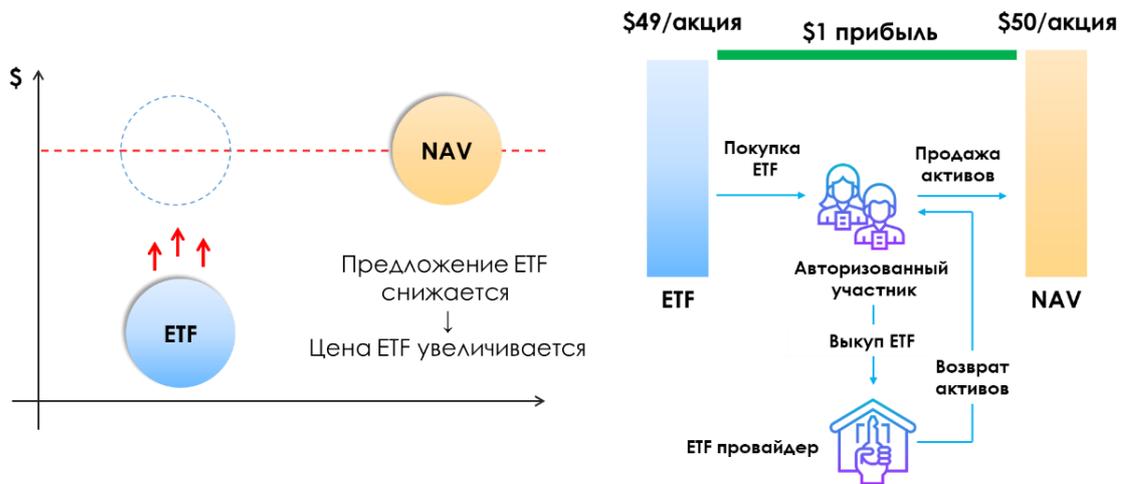


Рис. 1 Торговля ETFs с дисконтом
Источник: составлено автором по [1]

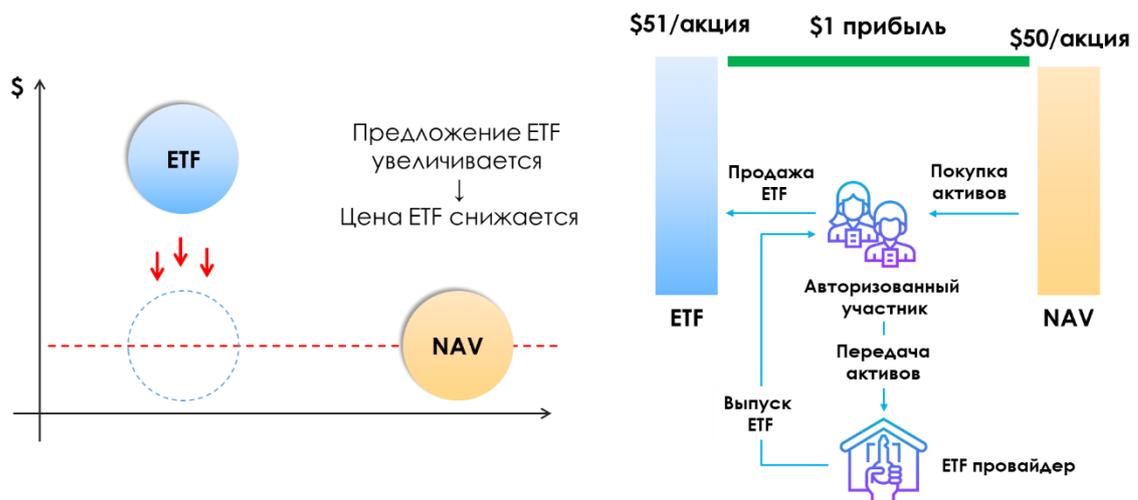


Рис. 2 Переоценка стоимости ETFs
Источник: составлено автором по [1]

Арбитражный процесс помогает поддерживать цену ETFs в соответствии со стоимостью его базового портфеля активов. Поскольку несколько авторизованных участников следят за большинством ETFs, цены на акции ETFs обычно остаются в соответствии со стоимостью их базовых активов. Это одно из важных отличий ETFs от взаимных фондов (в российской литературе в основном использует термин «паевой инвестиционный фонд»).

Деятельность биржевых инвестиционных фондов в современном мире невозможна вне рамок правового поля, поэтому ETFs также являются объектом регулирования, надзора и контроля соответствующих профильных органов

государства. Правовая база является условием эффективного функционирования любого финансового инструмента.

В международной системе права существуют два лидирующих подхода к формированию правовых основ. Система англосаксонского права представлена регулированием американских биржевых фондов. Противоположная ей система континентального права осуществляет регулирование европейских биржевых инвестиционных фондов. Рассмотрим каждый подход в отдельности и сравним с российским. Перечень нормативных актов представлен в таблице 1.

Таблица 1

Нормативно правовая база ETFs

США	Европа	Россия
<ul style="list-style-type: none"> - Закон «О ценных бумагах» - Закон «О торговле ценными бумагами» - Закон «Об инвестиционных компаниях» 	<ul style="list-style-type: none"> - Директива 2014/91/ЕС - UCITS (директива о предприятиях коллективного инвестирования) - Принципы Международной организации комиссий по ценным бумагам (IOSCO) 	<ul style="list-style-type: none"> - Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» № 39-ФЗ - Приказ Федеральной службы по финансовым рынкам (ЦБ РФ) № 10-5/пз-н

Форма европейского законодательства является более проработанной, так как оно создавалось специально под формы коллективного инвестирования. В Европе нормативные акты вынесены в отдельные документы, в них подчёркивается специализированная направленность.

В противовес, в США не существует специальных нормативных актов. Деятельность ETFs регулируется общими законами, затрагивающими фондовый рынок. В отношении них устанавливаются специальные отступления (exemptive reliefs) от некоторых положений действующих законов. Данные льготы являются важной составляющей регулирования биржевых фондов в США [3].

Что касается России, то у нас отсутствует необходимая нормативная база. Существующее законодательство регламентирует только допуск иностранных биржевых инвестиционных фондов на российский рынок. Однако в стране существуют похожий инструмент – биржевой паевой инвестиционный фонд (БПИФ) или индексный ПИФ.

БПИФ имеет ряд отличий от биржевых инвестиционных фондов (ETFs):

1. Паи БПИФ торгуются с ограничениями на фондовой бирже. Тогда как акции ETFs имеют доступ ко всем операциям, которые возможны с обыкновенными акциями в биржевой торговле.

2. Биржевой паевой инвестиционный фонд функционирует в инфраструктуре аффилированных компаний, что снижает качество управления. Биржевые инвестиционные фонды имеют более независимую структуру управления.

3. БПИФ имеет более высокую погрешность в следовании за базовым индексом по сравнению с ETF [2].

Тем не менее, с каждым годом различия между формами инвестирования сокращаются и в скором времени БПИФы могут выйти на один уровень с ETFs. Для этого необходимо укрепление независимости управления БПИФ и точности следования индекса.

Таким образом, ключевой особенностью функционирования ETFs является возможность использования арбитражного механизма для удержания стоимости ETFs близкой к стоимости базового актива.

Литература

1. What Is The Creation / Redemption Mechanism? [Электронный ресурс] // ETF.com [Официальный сайт]. – URL: <https://clck.ru/Q3iKH> (дата обращения 03.08.2020).
2. Балакин, И. А. Особенности инвестиционного пая биржевых паевых инвестиционных фондов [Текст] / И. А. Балакин, Н. В. Огорелкова // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. – 2019. – № 21. – С. 128-132.
3. Бойко, М. С. Правовые основы регулирования биржевых фондов (ETFs): российская и зарубежная практики / М. С. Бойко // Проблемы экономики и юридической практики. – 2015. – №6. – С. 220-226.
4. Павловская, Я. Не только вклады: обзор сервисов для инвестиций в ценные бумаги [Электронный ресурс] / Я. Павловская // Стартапы, бизнес, технологии (vc.ru) [Официальный сайт]. – URL: <https://clck.ru/LLZZP> (дата обращения 22.12.2020).

Научный руководитель – д-р. экон. наук, профессор Федулова Е.А.

УДК – 334.012.46

РАЗВИТИЕ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В.Н. Засмолина

Институт экономики и управления

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

zasmolinavn@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается некоммерческий сектор, который является важнейшей частью гражданского общества. Рассмотрены роль и цели некоммерческого сектора в жизни граждан, меры поддержки организаций некоммерческого сектора.

Ключевые слова: некоммерческий сектор, некоммерческие организации, третий сектор, меры поддержки некоммерческого сектора.

На законодательном уровне понятие некоммерческие организации закреплено Федеральным законом от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» и трактуется как организации, не имеющие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющие

полученную прибыль между участниками [1]. Организации «третьего сектора» создаются для социальных, культурных, образовательных, благотворительных целей, в целях развития культуры и спорта, охраны здоровья граждан и других целях, направленных на достижение общественных благ и удовлетворения потребностей населения.

Еще в 1990-х годах в России понятие «третий сектор» он же некоммерческий сектор, было мало кому известно. Но за последнее десятилетие некоммерческие организации стали неотъемлемой частью гражданского общества, неотъемлемой частью инициативных групп. По данным опроса мониторинга состояния гражданского общества, проведенного в 2019 году Национальным исследовательским университетом «Высшей школы экономики», 81% опрошенных на вопрос «О каких некоммерческих организациях Вы знаете?» назвали хотя бы одну некоммерческую организацию. Среди опрошенных 59% заявили о доверии к некоммерческому сектору, а 29% сообщили об участии хотя бы в одной некоммерческой организации[2].

По данным (06.04.2021 г.) Министерства экономического развития на территории Российской Федерации зарегистрировано 9599 социально-ориентированных некоммерческих организаций (СО НКО).

На территории Кемеровской области - Кузбасса зарегистрированы 295 некоммерческих организаций (на 01.01.2020). Они занимаются реализацией различных социально-значимых проектов, защитой прав и интересов инвалидов, оказанием поддержки многодетных семей и матерей, оказывают содействие преодолению наркологических и психических расстройств, способствуют развитию спорта и другими видами деятельности. Для развития СО НКО в Кемеровской области сформирована система поддержки в виде субсидий, финансовой помощи, информационной, организационной, помощи в виде предоставления возможности участия в официальных мероприятиях, а также помощь в виде организации государственных закупок.

Серьезной проблемой для некоммерческого сектора РФ в целом и Кемеровской области, в частности, выступает экономический кризис. В результате кризиса 1998 г., заставшего третий сектор после принятия фундаментального нормативного акта – Федерального закона «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 N 7-ФЗ, объем услуг, оказываемых некоммерческими организациями, сократился почти в 3 раза. С декабря 2019 года по настоящее время в связи с пандемией Covid-19 некоммерческий сектор так же оказался под воздействием кризиса. Выходящими последствиями «коронакризиса» оказались: проблемы финансирования, снижение инициатив населения, сокращение программной деятельности некоммерческих организаций, кадровые проблемы, проблема привлечения добровольцев и другие проблемы.

Для того чтобы узнать как кризис отразился на них, обратимся к исследованию «НКО и коронавирус: остаться в живых» благотворительного

фонда развития филантропии «КАФ» [3]. Фондом был проведен опрос, в котором приняли участие 194 некоммерческие организации. Среди участников опроса представители 45 регионов. Опрос показал, что 52% организаций - участников опроса находятся в затруднительном положении — их ключевые проекты отложены на неопределённый срок. 75% общественных организаций –участников опроса были вынуждены отложить свои значимые проекты; 51% общественных организаций не в состоянии оказывать необходимую поддержку своим благополучателям. В каждой пятой НКО объём пожертвований сократился более чем на 80%. У 60% НКО фиксируется снижение объёма пожертвований в марте–апреле 2020 по сравнению с их планами. На рис 1 отображена структура ответов руководителей некоммерческих организаций на вопрос: Насколько сократился объём пожертвований за март-апрель 2020 года по сравнению с планом?

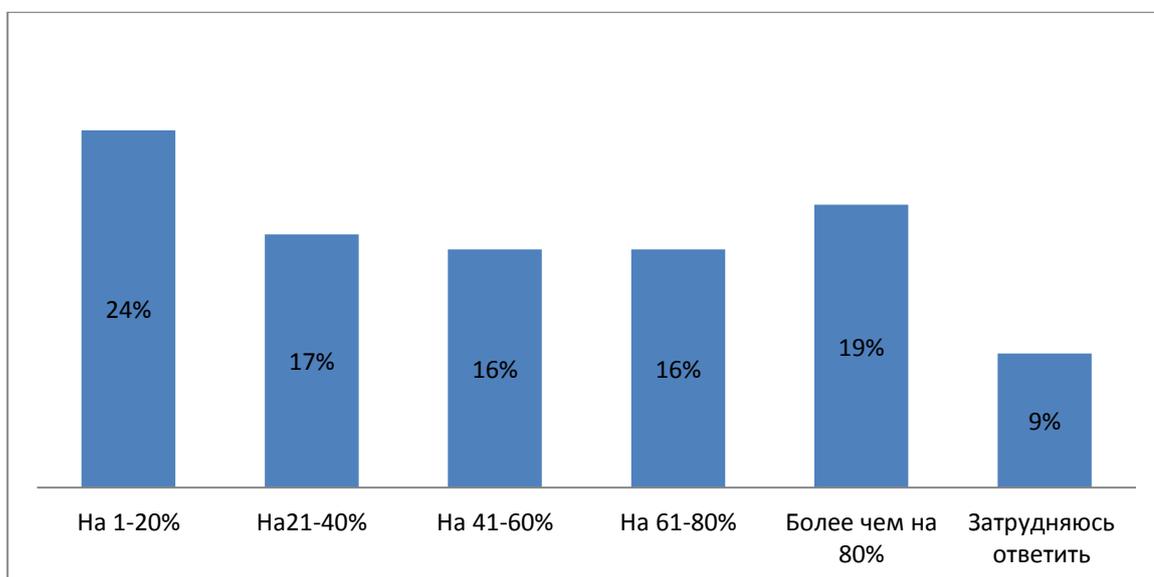


Рис 1. Насколько сократился объём пожертвований за март-апрель 2020 года по сравнению с планом (в %)?

В Кемеровской области проблемы поддержки для СО НКО также являются актуальными. Государство, безусловно, оказывает поддержку некоммерческому сектору, меры поддержки закреплены на законодательном уровне главой 6 ФЗ от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях». В Кемеровской области поддержка СО НКО осуществляется на основе Закона Кемеровской области-Кузбасса от 05.04. 2011 года № 30-ОЗ «О взаимодействии органов государственной власти Кемеровской области - Кузбасса с некоммерческими организациями» [4]. СО НКО нуждаются в разносторонней поддержке: в форме осуществления закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд у некоммерческих организаций; материальной поддержке; льгот по уплате налогов и сборов в соответствии с законодательством о налогах и сборах и

иных льготах. Но данный механизм поддержки не доведен до идеала. Логичнее всего организовать межсекторное социальное партнёрство. То есть организовать конструктивное взаимодействие между тремя силами – государством, бизнесом и некоммерческими организациями.

В ситуации пандемии продолжают проводиться мероприятия по оказанию поддержки СО НКО. Фонд президентских грантов, фонд Владимира Потанина, Благотворительный фонд Тимченко и другие фонды регулярно проводят грантовые конкурсы, принимать участие, в которых могут и некоммерческие организации. Например, в настоящее время во всех регионах России, в том числе и в Кузбассе, фондом Тимченко проводится конкурс «Ближний круг». Участниками могут стать СО НКО, чья деятельность направлена на заботу о старшем поколении вне стационарных учреждений. Победители получают грант на развитие своей деятельности.

Вышеперечисленные меры поддержки напрямую способствуют направлению НКО на путь устойчивости, укоренению некоммерческого сектора в социальной сфере, преодолению коронакризиса некоммерческими организациями, а также дальнейшему развитию третьего сектора и гражданского общества.

Литература

1. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ " О некоммерческих организациях" [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824 (дата обращения 15.04.2021).
 2. Информационно-аналитический бюллетень о развитии гражданского общества и некоммерческого сектора в РФ [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: https://grans.hse.ru/data/2019/09/08/1537476714/Bulleten%2016_small.pdf (дата обращения 15.04.2021).
 3. Исследование КАФ «НКО и коронавирус: Остаться в живых» [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://cafrussia.ru/staying-alive.html> (дата обращения 15.04.2021).
 4. Закон Кемеровской области от 05. 04. 2011 N 30-ОЗ "О взаимодействии органов государственной власти Кемеровской области - Кузбасса с некоммерческими организациями" [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: <https://base.garant.ru/7529634/> (дата обращения 15.04.2021).
- Научный руководитель – доцент кафедры экономической теории Кемеровского государственного университета Апарина Н.Ф.

УДК 336

ФОРМИРОВАНИЕ АКТИВНОГО И ПАССИВНОГО ПОРТФЕЛЯ ЧАСТНОГО ИНВЕСТОРА

А. Р. Ванцлова, В. В. Нагорный

Кафедра финансов и кредита

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

nasty.vantslova.98@gmail.com

Аннотация. Актуальность проблемы заключается в том, что в мире представлено множество методик для управления портфелем ценных бумаг, при этом ни одна из них не может гарантировать 100% результативность. Следовательно, задача этой работы определить самые совершенные подходы управления и дать рекомендации.

Ключевые слова: инвестиционный портфель, активный стиль управления портфелем, пассивный стиль управления портфелем.

Портфель ценных бумаг, разными учеными рассматривается по-разному.

Одни, рассматривают портфель, как совокупность ценных бумаг, принадлежащих физическому или юридическому лицу. Другие как определенным образом подобранная совокупность видов ценных бумаг для достижения поставленной цели. Третьи, как сформированная и управляемая как единым целым совокупность ценных бумаг разного вида, разных эмитентов, разного срока действия и разной ликвидности.

В зависимости от применяемых методов, выделяют методы управления портфелем. Выделяют активный и пассивный стили.

Пассивный метод управления основан на идее сохранения капитал и получения среднерыночной доходности при минимальных рисках.

Пассивный инвестор не только стремится избежать серьезных потерь, но и хочет избавиться от трудностей с постоянным принятием решений, а также следовать выбранной стратегии. В то время как активный инвестор тратит время и силы на отбор наиболее надежных и привлекательных ценных бумаг, а также применяет свои аналитические способности, чтобы эффективно следовать разработанной стратегии [1].

Помимо этого, при отборе акций, следует учитывать еще ряд факторов: долгосрочные перспективы компании, финансовая мощь и структура капитала, качество менеджмента, дивидендная история и текущий уровень дивидендных выплат

С точки зрения выбранной инвестором стратегии, а также его терпимости к риску (то есть соотношение риск-прибыль), можно выделить следующие виды портфелей для пассивного инвестора: консервативный; умеренный; агрессивный [2].

В теории формирования инвестиционного портфеля, можно выделить три основных:

1. Модель Г. Марковца.

2. Модель ценообразования капитальных активов (САМР).

3. Модель оценки капитальных активов Шарпа [3].

При формировании портфеля необходимо определить пропорции разных видов активов. Это решение основывается на соотношении риска и доходности, а также допустимого уровня риска инвестора. Затем принимается решение о выборе актива в каждой категории. Чтобы портфель отвечал требованиям и целям инвестора, необходимо отслеживать изменения на рынке, проводить ребалансировку активов и иные корректировки. Нужно применять различные методы и технологические возможности, чтобы сохранить первоначальные инвестиции, достигнуть определенного уровня дохода и обеспечить определенную инвестиционную направленность портфеля. То есть управлять портфелем.

Для повышения эффективности управления портфелем необходимо определить: во-первых, фактическую доходность портфеля за рассматриваемый период; во-вторых, фактический риск портфеля; в-третьих, эталонный портфель, то есть портфель, который бы использовался в качестве точки отсчета для сравнительного анализа.

При формировании портфеля ценных бумаг фундаментальное значение имеет взаимосвязь риска и доходности. То есть, инвестор готов идти на риск, так как наравне с риском есть возможность дополнительного дохода.

Простейшей формулой расчета риска выступает оценка волатильности, а для доходности отношение разницы конечной и начальной цен портфеля на начальную стоимость портфеля. Однако, у этой формулы есть недостаток: она не учитывает факторы денежных потоков, дивидендов, времени оценивания портфеля, суммы средств на счетах, расходы (в том числе, комиссии) и другие. В качестве решения данной проблемы, были придуманы формулы доходности, взвешенной по времени (TWR) и доходности, взвешенной по деньгам (MWR), которые учитывают данные факторы [4].

Но из всех формул оценки риска и доходности, можно сделать вывод, что нет однозначного ответа, какой из этих способ верный, так как каждый из показателей имеет индивидуальные характеристики, которые важны при анализе эффективности инвестиций.

Таким образом, мы видим, что при портфельном управлении преобладает две модели управления: активная и пассивная. При этом, пассивное инвестирование имеет меньше трудовых затрат, и в 85% на долгосрочной основе имеют большую доходность и более диверсифицированный риск, чем у активного инвестора. Из этого следует, что активное инвестирование может быть высокодоходным, но при этом риск будет выше и трудовые затраты тоже.

Литература

1. Пассивные или активные инвестиции. Что лучше выбрать? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://activeinvestor.pro/passivnye-ili-aktivnye-investitsii-cto-luchshe-vybrat/> (дата обращения: 31.03.2021).

2. Барашьян Виталина Юрьевна Оптимизация дивидендной политики в условиях инновационно-ориентированного финансового менеджмента // Вестник РГЭУ РИНХ. 2011. №35. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/optimizatsiya-dividendnoy-politiki-v-usloviyah-innovatsionno-orientirovannogo-finansovogo-menedzhmenta> (дата обращения: 31.03.2021).
3. Коноплева Юлия Александровна Теории формирования эффективного инвестиционного портфеля // Journal of new economy. 2015. №3 (59). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teorii-formirovaniya-effektivnogo-investitsionnogo-portfelya> (дата обращения: 31.03.2021).
4. 11 способов расчета доходности инвестиционного портфеля [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.dohod.ru/blog/11-sposobov-rascheta-dohodnosti-investitsionnogo-portfelya/> (дата обращения: 31.03.2021).
Научный руководитель – д-р экон. наук, доцент Федулова Е. А.

УДК 336

ОЦЕНКА УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДОМОХОЗЯЙСТВ РОССИИ НА ОСНОВЕ АВТОРСКОЙ МЕТОДИКИ

Е. К. Савостьян

Кафедра финансов и кредита

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

el.savostyan@gmail.com

Аннотация. Отсутствие простых финансовых знаний и навыков ограничивает возможности граждан, являющихся непосредственными пользователями финансовых продуктов и услуг, в принятии правильных решений для обеспечения собственного финансового благополучия и управления им. Недостаточная финансовая грамотность является огромным препятствием как для развития отдельных отраслей, так и для всей мировой экономики в целом. Поэтому важно оценивать уровень финансовой грамотности домохозяйств в любой стране. В работе предложена оценка уровня финансовой грамотности домохозяйств России на основе авторской методики. Сделан вывод о принадлежности домохозяйств России ко второй группе.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансы, домохозяйства, методика оценки

Российские и зарубежные методики оценки уровня финансовой грамотности населения базируются в основном на социологических исследованиях в форме опросов, направленных на выявление знаний, навыков и умений компетенций в финансовой сфере, чего в свою очередь недостаточно для качественного анализа. Поэтому в работе предлагается авторская методика, базирующаяся на отобранных в соответствии с курсом «Основы финансовой грамотности» Банка России показателях. Для наиболее корректного анализа необходимо оценивать состояние каждого из показателей в динамике за 5 лет при наличии данных или открытого доступа к ним.

Для оценки модуля «Депозит» предлагается анализ динамики двух основных показателей: «Средства организаций, банковские депозиты

(вклады) и другие привлеченные средства физических лиц в рублях, иностранной валюте и драгоценных металлах» и «Объем застрахованных вкладов». Так на протяжении семи лет объем депозитных вкладов физических лиц в национальной валюте имел поступательный рост: по сравнению с 2015 годом объем депозитов в 2016 году увеличился на 19,3%, в 2017 - на 13%, в 2018 - на 11,74%, в 2019 - на 8,27% и в 2020 году на 9,92%. [1] Совокупный объем застрахованных средств всех категорий вкладчиков в банковских организациях также показал положительную динамику – он возрос до 35 940 млрд руб. в 2020 году или увеличился на 1,1% по сравнению с 2019 годом. Сумма застрахованных вкладов населения при этом увеличилась на 1,3% и составила 87,9% от общей суммы депозитов.

Для оценки модуля «Пирамиды и финансовое мошенничество» на сегодняшний день предлагается анализ динамики только одного показателя «Количество финансовых пирамид в России, выявленных ЦБ». В 2015 году регулятор выявил более 200 организаций с признаками финансовых пирамид, в последующие два года данный показатель снизился на 63 организации. Однако в последующие года наблюдался рост численности финансовых пирамид: в 2018 году было обнаружено 168 организаций, в 2019 – 237, в 2020 году был выявлен несущественный спад до 220 организаций. [3]

Для оценки модуля «Кредит» произведен анализ динамики такого показателя как «Задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам РФ». За рассматриваемый период прирост задолженности домохозяйств по всем видам кредитов составил на 22,57 % за 2019 год, что является рекордным значением за последние четыре года. [5]

Для оценки модуля «Страхование» необходимо произвести анализ динамики «Объема страховых взносов на российском рынке страхования» и рассмотреть «Структуру страхового рынка по доле премий». По итогам 2019 года объем страхового рынка вырос на 0,1% по сравнению с 2018 годом и достиг 1481 млрд рублей. В абсолютном выражении рынок прибавил 1 млрд рублей. Однако не смотря на положительную динамику объема страхового рынка годовые темпы прироста за 2019 год являются самыми низкими за последние десять лет. Наибольший удельный вес составляют такие виды страхования как страхование жизни, ОСАГО и страхование от несчастных случаев и болезней, что в совокупном объеме составляет 56% от всего страхового рынка. [4]

Для оценки модуля «Инвестиции» целесообразно произвести анализ динамики «стоимостных объемов договоров, заключенных на ПАО Московская Биржа». По данным Московской биржи количество населения, имеющих брокерские счета за 2020 год увеличилось почти на 5 млн и достигло рекордных 8,8 млн. Активность частных инвесторов на протяжении всего 2020 года уверенно росла – в декабре 2020 года сделки на бирже совершали 1,4 млн человек по сравнению с 392 тыс. человек в декабре 2019 года. По итогам 2020 года объем торгов на рынке акций достиг

исторического максимума и составил 23,9 трлн рублей, что почти вдвое больше результата 2019 года. При этом доля частных инвесторов в объеме торгов акциями в 2020 году составила 40,6%, в объеме торгов облигациями – 13%, на спот-рынке валюты – 12,3%, на срочном рынке – 42%. [2]

В рамках выполненного исследования уровня финансовой грамотности домохозяйств автором были выделены три группы (таблица 1). Если показатель в текущем году ниже первого значения в рассматриваемом периоде, то тенденция считается отрицательной. Для оценки используется сто бальная система, в которой каждый из показателей оценивается в 20 баллов.

Таблица 1

Характеристика групп финансовой грамотности домохозяйств

№	Количество баллов	Характеристика группы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Первая группа	1-33 баллов	домохозяйства, принадлежащие данной группе, умеют рассчитать доходность финансовых инвестиций, т. е. считать простые проценты, могут оценить влияние процентной ставки на стоимость финансового актива, планируют семейный бюджет, а также с нерегулярной периодичностью откладывают сбережения.
Вторая группа	34-66 баллов	домохозяйства понимают негативные финансовые последствия, которые могут возникнуть в результате их решений: выявляют признаки финансовой пирамиды, а также знают свои права при невозврате денег, регулярно откладывают сбережения для финансовой подушки безопасности, имеет банковский вклад/депозит, при необходимости может оценить условия кредитования и выбрать оптимальный вариант.
Третья группа	67-100 баллов	в данной группе измеряется уровень финансовой грамотности в узкой области финансового рынка, а не только общий уровень. Так, у респондентов оценивают финансовый опыт при выборе механизмов пенсионных планов и др. Данная группа включает в себя навыки двух предыдущих групп, также применяет на практике инструменты инвестирования: ценные бумаги, драгоценные металлы, недвижимость и др.

Источник: составлено автором

Необходимо уточнить, что название данных групп условно, поскольку они выделены непосредственно для описания финансовых знаний, умений, навыков и установок, которые имеют непосредственное влияние на формирование самооценки финансовой грамотности.

Для оценки уровня финансовой грамотности домохозяйств авторами была составлена таблица 2, чтобы отметить положительную или отрицательную динамику у представленных ранее показателей.

Таблица 2

Тенденции показателей (положительная ↑ / отрицательная ↓) в разрезе направлений оценивания уровня финансовой грамотности населения в среднем по России за 2015-2020 гг.

№	Показатель	Сбережения	Финансовые пирамиды	Инвестиции	Кредит	Страхование
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>

*Секция: «Финансово-экономические факторы развития организаций,
корпораций региона»*

1	Тенденция (положительная ↑ / отрицательная ↓)	↑	↓	↑	↓	↑
2	Итоговые баллы	+ 20 баллов	0 баллов	+ 20 баллов	0 баллов	+ 20 баллов

Источник: составлено автором

По данным таблицы получаем значение в 60 баллов – сумма баллов по направлениям оценивания, по которым наблюдается положительная тенденция.

Исходя из полученных укрупненных результатов можно сделать вывод, что на данный момент по уровню финансовой грамотности домохозяйства РФ можно отнести ко второй группе, так как в трех из пяти рассматриваемых показателях была намечена положительная динамика, однако на данный момент времени все же уровень финансовой грамотности населения находится на довольно низком уровне.

Предложенный авторский алгоритм оценки уровня финансовой грамотности домохозяйств является моделью, которую в дальнейшем необходимо дорабатывать, вводя новые показатели.

В последнее время в России повышен спрос на исследования в области финансовой грамотности. Россияне с низким уровнем финансового образования считают, что государство должно защищать их не только в правовом аспекте «защита прав и интересов», но и в плане государственной «опеки и попечительства», т. е. население не готово брать ответственность за свои финансовые операции и собственное благополучие. Можно сделать вывод, что за прошедшие несколько лет произошло значимое изменение в понимании основ финансовой грамотности населения россиян – что является положительной тенденцией, но общий уровень продолжает находиться на достаточно низком уровне.

Литература

1. Средства организаций, банковские депозиты и другие привлеченные средства юридических и физических лиц в рублях, иностранной валюте и драгоценных металлах [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cbr.ru/statistics/table/?tableId=302-21> (дата обращения 08.04.2021).
 2. Статистика объемов торгов Московская Биржа [Электронный ресурс] – Режим доступа: Московская биржа [Офиц. сайт]. URL: <https://www.moex.com/ru/ir/interactive-analysis.aspx> (дата обращения: 08.04.2021).
 3. ЦБ в 2020 году выявил 220 финансовых пирамид [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/10474453> (дата обращения: 08.04.2021).
 4. Сведения о рынке банкострахования [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://raexpert.ru/researches/insurance/bancassurance_2020/ (дата обращения 08.04.2021).
 5. Задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://cbr.ru/statistics/table/?dt=20190101&tableid=4-5> дата обращения 08.04.2021).
- Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Алабина Т.А.*

УДК 336.63

АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ ОСНОВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ЛИЧНЫХ СРЕДСТВ НАСЕЛЕНИЯ

С. А. Карбанова

Кафедра финансов и кредита

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

stepanenkosonya@yandex.ru

Аннотация: Данная статья посвящена анализу инструментов инвестирования личных средств населения. Поскольку реальная покупательская способность денег становится ниже, собственные накопления необходимо не только сохранять, но и преумножать. Исследование было проведено с целью выявления наиболее доходного способа вложений средств. В результате пришли к выводу, что рынок ценных бумаг является перспективным направлением инвестирования для физических лиц, а также этот инструмент является наиболее доходным.

Ключевые слова: депозиты, акции, облигации, инвестирование, личные средства населения, доходность.

Актуальность исследования обусловлена тем, что за последний год наблюдается положительная тенденция инвестирования временно свободных денежных средств населения. Данный процесс объясняется тем фактом, что человеческое развитие порождает желание повысить личное благосостояние, а также сформировать финансовую подушку на случай потери работы, выхода на пенсию, помощи родным и близким.

Процесс инвестирования гражданами РФ реализуется в следующих формах:

- банковские депозиты;
- вложения в ценные бумаги;
- Вложения в недвижимость;
- покупка драгоценных металлов;
- покупка иностранной валюты и пр.

Среди представленных инструментов инвестирования, наиболее популярными у физических лиц являются депозиты и ценные бумаги, поэтому более внимательно остановимся на них.

Несмотря на невысокие ставки по вкладам, население продолжает вкладывать свои денежные средства в банки (рис. 1) [3]. Центральный банк РФ снизил ключевую ставку до 4,25% в виду низкой инфляции. Это напрямую повлияло на уровень процентных ставок по депозитам. За последний год процентная ставка по рублевым вкладам в топ-10 банках упала с 5,93% до 4,49%. В начале 2019 года тот же показатель был лишь немногим меньше 8% годовых.

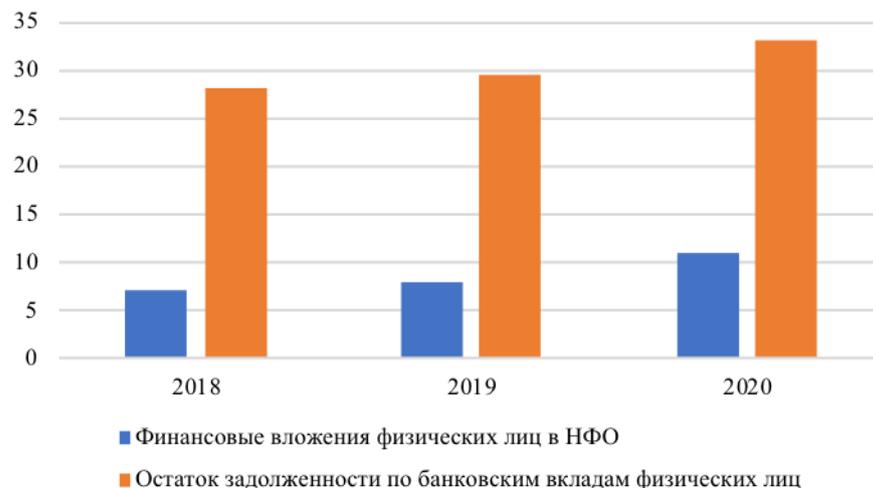


Рис. 1 – Динамика объемов финансовых вложений физических лиц в НФО и задолженности по банковским вкладам, трлн руб.

По результатам 2020 года поступления денежных средств населения на банковские вклады снизились по сравнению с предыдущим годом. Объем вложений через НФО, напротив, увеличился больше, чем на треть. Но по-прежнему объем средств, находящихся на вкладах, превышает вложения через НФО. В целом на конец 2020 г. объем финансовых вложений физических лиц в НФО составил 11 трлн рублей, по сравнению с 2019 г. это на 32% больше. А объем вкладов в банках составил 33 трлн рублей, что на 8% больше предыдущего года (счета эскроу не учитываются).

В основном, наибольшие объемы депозитов физических лиц сосредоточены в Центральном Федеральном округе, что подтверждает информация, представленная на рисунке 2 [3].

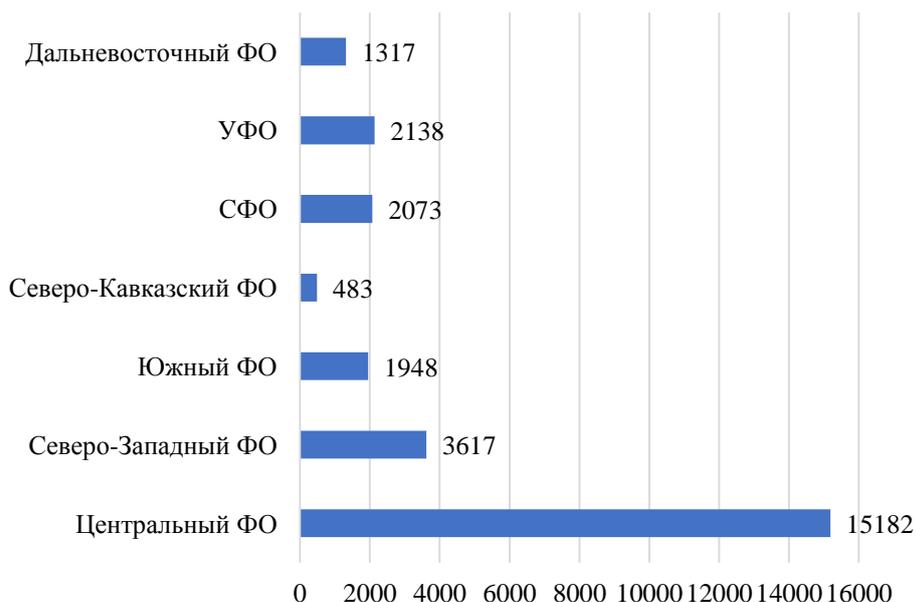


Рис. 2 – Объем вкладов физических лиц в региональном разрезе по состоянию на 01.01.2020 г., млрд руб.

Так, объем вкладов на счетах кредитных организаций, расположенных в Центральном Федеральном округе, составляет 15 182 млрд руб. На втором месте находится Северо-Западный Федеральный округ – 3 617 млрд руб. Сибирский Федеральный округ находится на 4 месте (объем вкладов физических лиц составляет 2 073 млрд руб.).

Лидерство Центрального федерального округа, а именно Москвы, объясняется тем, что здесь сконцентрировано достаточно много обеспеченных людей и специалистов с высокими заработными платами. Соответственно такое население со своих высоких доходов может формировать большие сбережения. И даже ситуация, которая сложилась в 2020 году из-за пандемии, не воспрепятствовала этому процессу. Также нужно отметить, что из-за закрытия границ, многим пришлось отложить свой отдых и положить эти средства в «копилку».

Снижение ставок по депозитам, рост знаний населения в области финансов, активное продвижение своих услуг со стороны брокерских компаний, упрощение доступа к бирже благодаря развитию цифровизации, развитию мобильных приложений, способствуют увеличению объема вложений физических лиц на фондовом рынке.

В 2020 г. сложилась уникальная ситуация. Доля физических лиц, которые совершают операции на фондовом рынке практически достигла 10% от экономически активного населения РФ.

По данным статистики 42% операций на Московской бирже было совершено физическими лицами. Количество новых участников, вошедших на Московскую биржу за период январь-февраль 2020 года, составило более 4 млн человек (рост произошел на 0,39 млн лиц). Общий объем купленных ценных бумаг физическими лицами на Московской бирже составил 294 млрд, что является рекордом за последние 12 месяцев.

В основном физические лица на рынке ценных бумаг приобретают акции, облигации федерального займа или корпоративные облигации.

По данным Центробанка, доходность гособлигаций на 28 апреля 2020 года составляла 5,15-6,70% годовых в зависимости от срока погашения.

Доходность корпоративных облигаций находится в пределах 7% - 20%. Но стоит учитывать, что такая высокая доходность подразумевает высокий риск. Основное опасение кредитора – должник не вернет денежные средства. Надежный должник будет занимать под низкий процент, так как вероятность его банкротства невелика [2].

Далее представим отраслевую структуру вложений физических лиц в акции крупнейших российских компаний (рис. 3) [3].



Рис. 3 – Отраслевая структура вложений физических лиц в акции крупнейших российских компаний в 2019 г., %

На основании представленных данных можно сделать вывод о том, что наибольшую долю в структуре занимают предприятия отрасли нефти и газа – 64% в 2019 году, на втором месте находятся банки и финансовые институты – 8%, а на третьем месте – предприятия цветной металлургии – 7%.

В нефтегазовой отрасли ведущие позиции занимают акции компаний Лукойл и Газпром нефть. В финансовом секторе – Сбербанк. Самыми востребованными акциями в секторе металлургия и добыча являются акции компаний АЛРОСА, ГМК Норильский никель, Русал и Полюс [1].

Исходя из проведенного анализа, доходность по акциям и облигациям выше доходности по вкладам. Именно поэтому рынок ценных бумаг является перспективным направлением для вложения личных средств населения.

Подводя итоги, нужно сказать, что тенденция инвестирования личных средств населения положительна, все больше людей инвестируют свои свободные денежные средства, и постепенно вектор развития смещается к более рискованным способам инвестирования – вложениям в ценные бумаги.

Естественно, что идеальных инструментов инвестирования не бывает, поэтому нужно очень тщательно взвесить все плюсы и минусы при вложении личных средств.

Литература

1. Выбираем лидеров в каждом секторе на 2020 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/vybiraem-liderov-v-kazhdom-sektore-na-2020-god> (дата обращения: 10.04.2021).
2. Доходность облигаций в 2020 году: рейтинг государственных и корпоративных облигаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://place.moex.com/useful/dohodnost-obligatsij?list=vse-pro-obligatsii> (дата обращения: 10.04.2021).

3. Обзор российского финансового сектора и финансовых инструментов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/32168/overview_2020.pdf (дата обращения: 09.04.2021).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Кононова С. А.

УДК 332.834.13

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РФ

В. Е. Раздорская

Кафедра финансов и кредита

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

v.razdorska@gmail.com

Аннотация. В 2016-2017 годах строительная отрасль столкнулась с оттоком инвестиций на фоне увеличения объектов незавершенного строительства, срыва сроков сдачи жилых домов и сохранения проблемы обманутых дольщиков. С одной стороны, это было обусловлено экономической обстановкой посткризисного периода, с другой – нехваткой финансирования в связи с ростом недоверия граждан из-за увеличения числа пострадавших покупателей жилья. С целью решения этих проблем в России началось внедрение проектного финансирования жилищного строительства. Анализ реализации этого процесса демонстрирует как положительные тенденции, так и негативные проявления, требующие оперативного решения.

Ключевые слова: проектное финансирование жилищного строительства, кредитное финансирование жилищного строительства, счет эскроу

Проблема безопасности средств граждан – покупателей жилья на первичном рынке привела к необходимости поиска и разработки новой модели финансирования жилищного строительства.

Так в 2018 году началось тестирование разработанной модели проектного финансирования жилищного строительства, а с 1 июля 2019 года ее применение стало обязательным. Плановый переход способствовал постепенному восстановлению инвестиционной активности строительной отрасли и возобновлению строительства ранее замороженных проектов.

Ключевое отличие модели проектного финансирования заключается в наличии гаранта - третьей стороны при заключении сделки. В данном случае в роли гаранта сделки выступает банк. Так при заключении договора долевого участия дольщик перечисляет денежные средства на покупку строящегося жилья в банк, а не передает их напрямую застройщику. В банке же средства дольщиков хранятся на эскроу-счетах до момента ввода объекта недвижимости в эксплуатацию, т.е. эскроу приводит в действие защитный механизм средств граждан.

Строительство жилья в этом случае осуществляется с помощью банковского кредитования, а сумма средств на счетах эскроу влияет на

стоимость привлечения заемных ресурсов. Банки при этом принимают активное участие в финансировании строительства жилья, производя оценку рисков проекта, участвуя в согласовании плана и цены продаж и проводя дополнительные стресс-тесты проекта строительства. Так благодаря партнерству застройщика с банком возникает дополнительный контроль за строительной отраслью со стороны банковского сектора, что позволяет в разы повысить прозрачность и надежность жилищного строительства.

Взаимодействие банков с застройщиками также позволяет нейтрализовать риск несвоевременного завершения строительства жилого дома, т.к. застройщики сегодня заинтересованы в соблюдении сроков проектной декларации и скорейшем завершении строительства для получения средств дольщиков с эскроу-счетов. Также снижается риск неудовлетворительной ликвидности объектов строительства после окончания строительно-монтажных работ.

Внедрение проектного финансирования, помимо очевидного влияния на строительную отрасль и развитие рынка жилья, также способствовало росту банковского кредитования, в т.ч. в части увеличения объемов ипотечного портфеля банков.

Естественно, банки, заинтересованные в еще большем увеличении кредитного портфеля, продолжают активно осуществлять проектное финансирование строительства. Об этом свидетельствует положительная динамика открытия эскроу-счетов и заключения кредитных договоров с застройщиками (Табл. 1).

Таблица 1

Динамика показателей проектного финансирования жилищного строительства

Наименование показателя	01.03.2020	01.03.2021	Темпы роста, %
Количество кредитных договоров, шт.	943	2 694	285,7
Сумма кредитных договоров, тыс. руб.	1 064 308	3 275 470	307,8
Количество эскроу-счетов, шт.	62 726	345 519	550,8
в т.ч. раскрытых эскроу счетов, шт.	4 432	79 327	1789,9
Остатки средств на эскроу-счетах, тыс. руб.	213 943	1 417 081	662,4
в т.ч. на раскрытых эскроу счетах, тыс. руб.	9 929	213 268	2147,8

Источник: составлено автором самостоятельно по [1]

Однако проектное финансирование жилищного строительства на данном этапе столкнулось с рядом проблем, среди которых: обеспечение быстрого и безболезненного ухода с рынка финансово слабых застройщиков, определение полномочий по достраиванию начатых ими жилищных объектов; поддержка небольших региональных застройщиков и усиление антимонопольного контроля в строительной отрасли; помощь застройщикам

в депрессивных регионах; разработка мер по поддержке застройщиков с низкомаржинальными проектами; разработка дополнительных мер по стимулированию спроса на первичном рынке; уравнивание предложения нового жилья с темпами развития ипотеки. В совокупности наличие этих проблем мешает улучшению финансового состояния строительной отрасли, в результате чего риски банков в части кредитования застройщиков остаются высокими.

На наш взгляд, решением проблем проектного финансирования жилищного строительства могут быть:

— передача прав на строительство объекта от финансового неустойчивого застройщика государству для быстрого и безболезненного ухода такого застройщика с рынка,

— снижение налоговой нагрузки на региональных застройщиков и квотирование привлечения застройщиков из других регионов,

— выделение субсидий или грантов на строительство,

— установление нормы прибыльности для разных категорий объектов в зависимости от региона и последующая разработка мер поддержки нуждающимся девелоперам,

— распространение информации о безопасности приобретения жилья в новостройках и объяснение механизма проектного финансирования гражданам,

— введение поэтапного раскрытия эскроу-счетов.

В результате реализации предложенных мер финансовое состояние строительной отрасли значительно улучшится и, как следствие, снизятся кредитные риски банков. А рынок строительства жилья продолжит расти.

Литература

1. Финансирование долевого строительства [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/equity_const_financing/#a_84893 (дата обращения 08.04.2021).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Калачева Е.А.

УДК 336.143

ОЦЕНКА БЮДЖЕТНО-НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТА ФОРМИРОВАНИЯ БЮДЖЕТА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

О. С. Камаева

Кафедра финансов и кредита

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

В статье раскрыта необходимость пересмотра бюджетно-налоговой политики муниципального образования в текущих условиях муниципального управления и ситуации в экономике в Кемеровском муниципальном округе.

*Секция: «Финансово-экономические факторы развития организаций,
корпораций региона»*

Ключевые слова: бюджет муниципального образования, бюджетно-налоговая политика, оптимизация расходов бюджета, увеличение доходов бюджета

За последние годы система муниципальных образований претерпела множество изменений, касающихся многих аспектов муниципального управления.

Несмотря на проходящие изменения, органам местного самоуправления муниципальных образований необходимо соответствовать новейшим тенденциям в муниципальном управлении в современных экономических реалиях для обеспечения социально-экономического развития муниципалитета и недопущения возникновения социальной напряженности или нестабильности среди своего населения.

Исходя из определения Конституцией Российской Федерации, местное самоуправление осуществляется населением и направлено на обеспечение решения вопросов местного значения. [1, ст. 130]

А так как вопросы местного значения, закрепленные федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» и другими правовыми актами, исполняются и реализуются посредством местного бюджета, то немаловажным фактором реализации вопросов местного значения является задача пополнения местного бюджета.

Таким образом, перед органами местного самоуправления на постоянной основе должен вставать вопрос: какие инструменты помогут пополнить бюджет для того, чтобы в полной мере и сверх ранее задуманного стратегией, планами развития и другими стратегическими документами муниципального образования, эффективно и с наименьшими потерями осуществить свои полномочия?

Ответами на такой вопрос являются меры, которые должны ложиться в основы направления бюджетной и налоговой политики муниципального образования, направленные на пополнение доходов и оптимизацию расходов местного бюджета, от которых будет зависеть социальное и экономическое развитие муниципального образования.

Основные направления бюджетной и налоговой политики в муниципальном образовании принимаются ежегодно в соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации и служат основой для составления проекта местного бюджета. [2, ст. 172]

Бюджетно-налоговая политика, являясь основным инструментом государственного регулирования экономики, реализуется посредством аккумулирования в бюджете определенной части финансовых ресурсов и их оптимального распределения с целью сбалансированного роста доходов всех субъектов экономики. [3, с. 92]

В 2020 году постановлением администрации Кемеровского муниципального округа от 12.11.2020 № 3402 утверждены основные направления бюджетной и налоговой политики на 2021-2023 года, а также

предварительные итоги бюджетной и налоговой политики в 2020 году.

В итогах бюджетной и налоговой политики округа за 2020 год наиболее обобщена работа, которая должна проводиться в органах местного самоуправления и в их финансовых органах, но нет мероприятий, которые выходят за рамки обычной текущей работы в рамках полномочий. Также некоторые мероприятия очень размыты в своем определении, что дает представление о том, что данный документ не представляет из себя какой-либо рабочей базы для местной администрации, простыми словами документ формальный.

Можно привести в пример пункт об обеспечении открытости и прозрачности бюджета и бюджетного процесса, который не является направлением, так как это обязательные принципы бюджетной системы по всей территории страны, таким образом, можно было бы перечислить все принципы в соответствии с бюджетным законодательством.

В подведении итогов бюджетной и налоговой политики в постановлении проведен небольшой анализ доходной и расходной частей бюджета округа за истекший на тот момент период 2020 года.

Далее по постановлению описаны основные направления налоговой политики на 2021-2023 года.

Стоит отметить, что налоговая политика – это система мероприятий в области налогов, направленных на достижение каких-либо целей, а также это комплекс мероприятий в области налогообложения, направленных на достижение целей пополнения бюджета. [4]

Из перечисленных в постановлении мер налоговой политики к ней относятся только несколько пунктов. Например, реализация инициативного бюджетирования, претензионная работа с непорядочными арендаторами, заключение соглашений с предприятиями не имеют отношения к налогообложению. То есть в направлениях налоговой политики в постановлении перечислены направления по доходам в общем смысле этого слова.

Также в данном разделе отражены мероприятия, направленные на повышение эффективности использования муниципальной собственности, которые также не относятся к налоговой политике. Однако в подведении итогов раздела о налоговой политике установлено, что достижению перечисленных целей будут способствовать стратегическое планирование и укрепление налогового потенциала округа.

В Кемеровском муниципальном округе также принята программа оздоровления экономики Кемеровского муниципального округа на 2020-2024 году, утвержденная постановлением администрации Кемеровского муниципального округа от 23.03.2020 № 525-п.

Стоит отметить, что, не смотря на то, что постановление новое от 2020 года, некоторые мероприятия очень устарели и (или) не приносят эффекта при их реализации.

Однако перечень мероприятий, представленный в постановлении, неисчерпывающий. Можно предложить и другие мероприятия, которые могли бы быть проведены в округе с целью увеличения доходной части бюджета.

Проанализировав налоговую политику округа, а также мероприятия, проводимые с целью увеличения доходной базы бюджета, возможно определить еще несколько дополнительных мер.

1. Отмена формальных мероприятий, с целью высвобождения времени на проведение и внедрение более эффективных мер привлечения денежных средств в бюджет округа.

2. Активная работа с населением округа совместно с налоговыми органами и органами росреестра посредством организации мобильного офиса для разъяснения вопросов на местах. Большая часть граждан не знает, за какие периоды уплачивают налог, за какие объекты им начисляется налог. Но стоит отметить, что жители желают это узнать, они стремятся к знанию – за что они платят, и самое главное, на какие цели тратятся их налоги. Если обобщить всю эту работу, ее можно назвать обеспечением налоговой грамотности населения.

3. Активизировать работу по разграничению земель государственной собственности, собственность на которые не разграничена, что пополнит казну Кемеровского муниципального округа посредством увеличения муниципального имущества, что в свою очередь позволит продавать либо сдавать в аренду данные земельные участки, и соответственно, увеличит неналоговые доходы бюджета округа.

4. Увеличение объема оказания специфических платных услуг муниципальными учреждениями округа за счет существующих ставок в учреждениях (кружки, дополнительные занятия для детей). Данное мероприятие позволит учреждению зарабатывать больше, чем есть сейчас, соответственно на свои расходы смогут тратиться больше, что послужит дополнительным стимулом для привлечения населения к получению платных услуг на территории округа, обеспечив теми услугами, которые есть в городе Кемерово, но не было в округе.

5. Привлечение инвестиций в основной капитал округа за счет создания новых производств на территории округа. Правовая база Кемеровского муниципального округа в сфере привлечения инвестиций устарела, некоторые важные нормативные акты датируются 2008 и 2009 годами. В округе отсутствует и не функционирует совет по развитию инвестиционной деятельности на территории округа. Отсутствие инвестиционной политики в администрации напрямую влияет на доходную часть округа.

Создание новых предприятий – это возможные дополнительные поступления в бюджет округа. Привлечение инвесторов – это сложный, но действенный способ привлечения дополнительных доходов, который влияет не только на развитие экономики округа в лучшую сторону, но и

способствует социальной стабильности округа.

Отсутствие совета по инвестиционной деятельности в округе влияет на действующих инвесторов, в лице действующих крупных предприятий в округе. Одной из задач совета является обсуждение административных барьеров, препятствующих предприятиям в инвестировании денежных средств на создание высокопроизводительных рабочих мест, у которых заработная плата выше обычного рабочего места, на строительство новых объектов, освоение новых промплощадок и другое. Наличие такого совета позволило бы выйти округу на новый уровень развития экономики.

6. Привлечение в округ новых жителей, за счет предоставления сформированных земельных участков для строительства частного жилого дома, а также за счет строительства комплекса многоквартирных домов, что увеличит налогооблагаемую базу по имущественным налогам.

7. Привлечение межбюджетных трансфертов в виде субсидий или субвенций в бюджет.

На вышестоящих уровнях бюджетов распределяются межбюджетные трансферты на участие муниципальных образований в различных мероприятиях. Для примера возьмем реализацию мероприятий национальных проектов на территориях муниципальных образований. Ни на федеральном, ни на региональном уровнях, нет четкого порядка участия муниципальных образований в конкурсе на получение субсидии или субвенции на реализацию мероприятий на своей территории. Поэтому не понятно, каким образом муниципальное образование должно заявить о том, что именно на его территории необходима реализация такого мероприятия. Предлагаю, администрации округа внести предложение в вышестоящий орган власти о разработке такого порядка на региональном уровне.

Оценив пути решения пополнения доходной части бюджета округа необходимо дать оценку мероприятиям по оптимизации расходной части бюджета. В программе оздоровления экономики Кемеровского муниципального округа на 2020-2024 годы приняты мероприятия по оптимизации расходов бюджета округа.

Отметим одно мероприятие по реорганизации сети муниципальных учреждений в части их реорганизации, за последние годы ликвидации и (или) реорганизации муниципальных учреждений не проводилось, за исключением вынужденной ликвидации администраций сельских поселений, как муниципальных казенных учреждений, в связи с преобразованием района в округ. Однако план по данному направлению с 2020 по 2024 год отмечено как планируемое к выполнению.

Данный перечень предлагается добавить следующими мероприятиями.

1. Проведение оценки налоговых расходов округа с целью выявления неэффективных налоговых льгот и послаблений для дальнейшего анализа и принятия решения об отмене таких льгот или послаблений.

2. Ежегодное увеличение денежных средств граждан и субъектов

бизнеса в реализацию проектов инициативного бюджетирования в округе по сравнению с предыдущим годом, которое позволит сократить расходы местного бюджета в общей сумме затрат на реализацию проектов инициативного бюджетирования.

Подытоживая возможно отметить, что требуются корректировки действующих панов в соответствии с современной ситуацией в экономике и муниципальном управлении, большинство действующих мер устарели.

По мнению разработчика программы финансового оздоровления бюджетный эффект от данной программы должен был составить в 2020 году 22,4 млн рублей, а с 2021 по 2024 годы ежегодно по 19,5 млн рублей. Однако дополнительных поступлений не отмечено, в то же время вырос дефицит.

Предлагаемые мероприятия возможно выведут дополнительные поступления в бюджет округа на ту сумму 19,5 млн рублей, на которую рассчитана программа оздоровления в настоящее время.

Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) // Собрание законодательства РФ, 01.07.2020, N 31, ст. 4398. [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Официальный Сайт]. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 28.03.2021).
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации: кодекс от 31 июля 1998 № 145-ФЗ [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Официальный Сайт]. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 28.03.2021).
3. Протасова, К. Л. Бюджетная политика России на современном этапе [текст] / К. Л. Протасова, Е. А. Долбня // Сборник трудов студентов и молодых ученых КемГУ, посвященный 50-летию Кемеровского государственного университета. Материалы XXXI апрельской конференции студентов и молодых ученых КемГУ. Министерство образования и науки Российской Федерации, Кемеровский государственный университет. – Кемерово: Полиграф, 2004. Выпуск 5. Т 2. – 424 с. – С. 92-94.
4. Романовский, М. В. Налоги и налогообложение: учебник [Текст] / М. В. Романовский, О. В. Врублевская. – СПб: Питер. – 2009. – 528 с.
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Е. А. Долбня

УДК 336.77

ОСНОВНЫЕ РИСКИ ЗАЕМЩИКА ПРИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ КРЕДИТОВАНИИ

Ю. С. Зотеева

Кафедра финансов и кредита

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

zoteeva99@mail.ru

Аннотация. Потребительское кредитование оказывает значительное влияние на социально-экономическое развитие страны. При осуществлении потребительского кредитования решается проблема расхождения потребностей населения в денежных средствах для приобретения товаров и услуг с имеющимися источниками их приобретения. В процессе потребительского кредитования рискам подвержены все

участники сделки. В статье представлены основные риски, которые берет на себя заемщик в процессе потребительского кредитования, и выявлены действия для их минимизации. Заемщик может столкнуться с рисками, связанными с невыдачей кредита, некачественно оказанной услугой по его выдаче или его досрочным требованием, личным дефолтом и колебанием валют, для уменьшения их влияния заемщику необходимо объективно оценивать свои финансовые возможности и увеличивать уровень своей финансовой грамотности.

Ключевые слова: кредит, потребительское кредитование, коммерческий банк, заемщик, риски, риски заемщика.

Потребительское кредитование является одним из центральных направлений деятельности практически каждого коммерческого банка, а также оказывает значительное влияние на социальную и экономическую устойчивость стран. Спрос на потребительское кредитование ежегодно возрастает, создаются и внедряются новые потребительские кредитные продукты, изменяются существующие. В настоящее время потребительский кредит для многих людей стал чем-то обыденным и перестал восприниматься в качестве средства для достижения большой цели, например, покупки крупной бытовой техники или автомобиля.

Банковская деятельность всегда связана с большими рисками, они являются особенностью данной деятельности, поскольку она сильно зависит от социальных, экономических, политических и других факторов. Вместе с ростом объемов кредитования также возрастает и объем рисков. Под риском понимается неопределенность исхода какого-либо события, отклонение реального от ожидаемого, чаще всего подразумевает негативное воздействие.

На рынке потребительского кредитования России в 2019-2021 гг. наблюдается ежегодное увеличение просроченной задолженности, что является большой проблемой для всех сторон процесса кредитования. Следует отметить, что за 2020 г. рост потребительских кредитов составил 7,9%, а ссуд с задержкой платежа - 23,7%, то есть увеличение просроченной задолженности происходит более быстрыми темпами, нежели выданных потребительских кредитов. Данные изменения можно проследить на рисунке [2, 3].

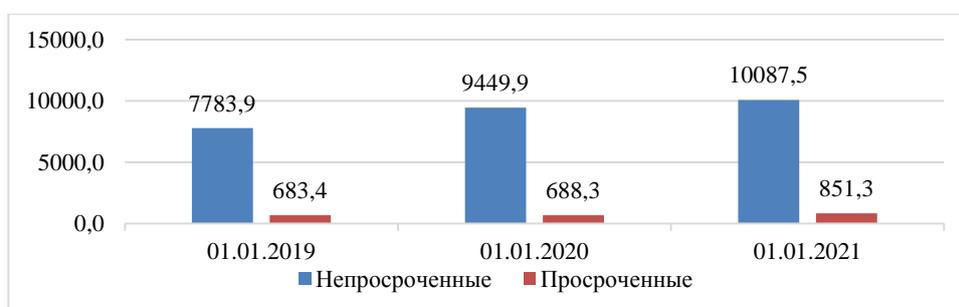


Рис. Темпы роста потребительских кредитов за 2019-2021 гг., млрд руб.

Банки, предоставляющие потребительские кредиты, постоянно сталкиваются с различными рисками в процессе своей деятельности. Банк тщательно проверяет заемщика перед выдачей ему кредита, оценивает его платежеспособность, вероятность возврата кредита в срок и прочие риски. Данные действия необходимы для минимизации потенциальных рисков кредитора, возникающих при заключении сделки с заемщиком. Однако риски распространяются не только на банк, предоставляющий кредит физическому лицу.

При потребительском кредитовании заемщик также может столкнуться с рисками. К основным из них относятся следующие:

1. Риск невыдачи кредита. С первыми рисками при потребительском кредитовании заемщик может столкнуться еще до его выдачи. Согласно ст. 821 ГК РФ кредитор может отказать заемщику в выдаче кредита, если имеются обстоятельства, доказывающие, что кредит не будет возвращен в срок, а также при нарушении ранее заключенного кредитного договора в части целевого использования средств. Неожиданный отказ банка выдать кредит может вызвать проблемы для заемщика, имеющего планы на заемные средства [1, ст. 821].

2. Риск некачественно оказанной услуги. Риски заемщика зависят в том числе от выбранного банка и его работников. Некомпетентный сотрудник может неверно оценить финансовое положение заемщика, подобрать неподходящие условия кредита, заведомо не рассказать обо всех пунктах кредитного договора. Заемщику следует внимательно ознакомиться с договором перед его подписанием. Если заемщику не хватает имеющегося уровня финансовой грамотности, можно прибегнуть к помощи экономически или юридически грамотных людей для разъяснения условий, написанных «мелким шрифтом».

3. Риск личного дефолта. Заемщик может оказаться в непредвиденной ситуации, в следствие чего возможны трудности с погашением кредита. Данный риск может быть связан с потерей источника заработка, снижением доходов или ростом расходов, потерей трудоспособности в следствие несчастного случая или болезни заемщика, а также смертью. Для снижения этого риска заемщик может прибегнуть к услугам страхования собственной жизни и здоровья, чтобы при наступлении страхового случая погашение кредита осуществлялось за счет страховых выплат.

4. Валютный риск. Данный риск возникает в том случае, если потребительский кредит взят в иностранной валюте, а заемщик получает заработную плату в рублях. Вследствие колебания валютного курса заемщик может как выиграть, так и проиграть, но обычно это приводит к тому, что заемщик теряет возможность отвечать по ранее взятым на себя обязательствам. Чтобы избежать данный риск, заемщику следует брать кредит в той валюте, в который он получает доходы.

5. Риск досрочного требования кредита. Согласно ст. 813 ГК РФ кредитор может требовать досрочный возврат заимствованной суммы и начисленных за ее пользование процентов в том случае, если заемщик не выполняет принятые на себя обязанности, например, нарушает установленные кредитным договором сроки или не выполняет условия целевого использования заемных средств. С помощью данной меры кредитор старается защитить себя от возможных убытков, а у заемщика возникают проблемы с возвратом крупной суммы денежных средств [1, ст. 813].

Таким образом, у заемщиков при потребительском кредитовании может возникнуть целый ряд рисков, связанных с невыдачей кредита, некачественно оказанной услугой по его выдаче или его досрочным требованием, личным дефолтом и колебанием валют. Для минимизации рисков заемщику необходимо объективно оценивать свои финансовые возможности и увеличивать уровень своей финансовой грамотности.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Официальный сайт]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/ (дата обращения: 03.04.2021).
2. Статистический бюллетень Банка России – 2020. - № 1. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/26895/Bbs2001r.pdf> (дата обращения: 06.10.2020).
3. Статистический бюллетень Банка России. – 2021. - № 1. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/31962/Bbs2101_r.pdf (дата обращения: 06.10.2020).

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Гавриленко И.В.

УДК 338.12

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТИПА КРИЗИСА КОМПАНИИ, ВЫЗВАННОГО ПАНДЕМИЕЙ COVID-19

А.Р. Кузьмина

НГУЭУ «Новосибирский государственный университет экономики и
управления»

alena.kyzmuna@yandex.ru

В данной работе рассматривается влияние пандемии COVID-19 на тип кризиса компании и возможные способы его устранения.

Ключевые слова: классификация кризисов, компания, рецессия, пандемия, COVID-19.

В современной экономической науке многие исследования [1, 2, 4] посвящены типологизации кризисных ситуаций компаний. Однако до сих пор не существует единого мнения по поводу полной классификации типов кризисов компаний. Именитые мировые экономисты, такие как: Э.М. Коротков, Г.Э. Ходачник, Дж. Сорос, предполагают, что в 2021 году может

разразиться самый масштабный экономический кризис за последние 100 лет, связанного с мировым локдауном из-за пандемии COVID-19. Чтобы справиться с кризисом, необходимо знать его причину и природу. Поэтому целью настоящего исследования является определение типа кризиса компаний в период пандемии и возможные способы выхода из него.

Авторы выделяют разные классификации кризисов в компании. Основные из них представлены в таблице 1.

Таблица 1

Виды кризисов, их признаки и способы выхода

Автор	Виды кризисов	Признаки, природа	Способы выхода
В.Я. Захаров, Е.Н. Лудушкина [3]	Стратегический кризис	Повреждение стратегического потенциала	Разработка новой стратегии развития
	Оперативный кризис	Связан с убытками в текущей деятельности компании и, как следствие, со снижением доли собственного капитала в источниках формирования активов и ростом обязательств, неэффективностью использования ресурсов	Смена руководства и главных специалистов менеджмента
	Кризис ликвидности	Потеря платежеспособности из-за растущих убытков и неэффективного менеджмента	Разработка антикризисной стратегии
А.Г. Грязнова [2]	Кризис стратегий	Повреждение инновационного потенциала	Технологическое развитие, новая стратегия маркетинга
	Кризис результатов	Снижение спроса на продукцию, убытки	Новая стратегия маркетинга
	Кризис ликвидности	Рост долгов, несоблюдение сроков погашения, снижение прибыли, дефицит платежеспособности	Привлечение дополнительных долгосрочных источников финансирования
	Кризис несостоятельности (банкротства)	Крайнее проявление кризиса ликвидности	Диверсификация деятельности

В настоящее время мы наблюдаем ситуацию, когда некоторые компании (как российские, так и зарубежные) переживают кризисные ситуации, вызванные пандемией COVID-19. Этот тип кризиса можно отнести к кризису результатов, так как он обусловлен снижением спроса на продукцию и, как следствие, получение убытков из-за невозможности покрытия всех затрат.

Пандемия COVID-19 стала одним из крупнейших потрясений для бизнеса и экономики в современной истории. Хотя долгосрочные последствия этого явления на текущем этапе оценить достаточно сложно, уже сейчас в экономике произошли события, которые катализировали ряд изменений. И в особенности эти системные инновации имеют тесную связь с диджитализацией технологических бизнес-процессов, которые большая часть участников рынка не может игнорировать.

Экономический спад, вызванный распространением новой коронавирусной инфекции, можно отнести к категории непрогнозируемых факторов, он сделал агрессивной внешнюю экономическую среду для большой доли предприятий, вынуждая бизнес искать альтернативные внутренние точки роста.

Гибкость компаний являлась конкурентным преимуществом и до нынешнего кризиса, однако особенности данного экономического спада гиперболизировали ее значение.

Новые условия, связанные с эпидемиологической ситуацией, заставили участников рынка разрабатывать принципиально новые способы производства и распространения товаров и услуг, при этом минимизируя свои издержки.

Для того чтобы уменьшить негативные последствия кризиса и сократить причиненный ущерб, приведем несколько направлений по устранению кризисной ситуации:

- сокращение затрат до минимально возможного уровня;
- поиск денежных средств для компании;
- проведение реструктуризации кредиторской задолженности;
- определение или переопределение стратегии действий компании;
- реорганизация или реструктуризация компании.

Таким образом, всеобщая самоизоляция стала уникальным явлением в экономике, с одной стороны, проявившись в качестве глобального экономического спада, а с другой – выступив причиной ускоренного масштабирования и промышленного применения цифровых технологий.

Литература

1. Акмаева Р.И. О возможных стратегиях развития российских компаний в посткризисный период. / Р.И. Акмаева, Е.П. Карлина // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2020. № 2. С. 7-18.
2. Грязнова А.Г. Финансы: учебник / А.Г. Грязнова, Е.В. Маркина, М.Л. Седова и др.; под ред. А. Г. Грязновой, Е. В. Маркиной. - 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2016. – 496 с.

3. Захаров В.Я. Новые возможности роста, появляющиеся в кризис. / В.Я. Захаров, Е.Н. Лудушкина // Сборник статей XLVI Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С. 49-51.

4. Robots Welcome to Take Over, as Pandemic Accelerates Automation. URL: <https://www.nytimes.com/2020/04/10/business/coronavirus-workplaceautomation.html> (дата обращения: 14.03.2021).

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент Коява Л.В.

УДК 336.645.1

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ЦИФРОВОЙ ТАКСАЦИИ ДРЕВЕСНО-КУСТАРНИКОВОЙ РАСТИТЕЛЬНОСТИ С ПОМОЩЬЮ БЕСПИЛОТНОГО ВОЗДУШНОГО СУДНА

Р. Е. Зверев

Кафедра финансов и кредита

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

re.zverev@inbox.ru

В данной статье рассматривается проблема отсутствия эффективных методов подсчетов объемов древесно-кустарниковой растительности, подлежащей вырубке в границах охранных зон просек линий электропередач. Определен экономический эффект применения инновационной технологии цифровой таксации древесно-кустарниковой растительности с помощью беспилотного воздушного судна, разработанной центром компьютерного инжиниринга КемГУ. Даны потенциальные методы расчета эффективности работ по цифровой таксации.

Ключевые слова: цифровая таксация, беспилотное воздушное судно, финансово-экономическая оценка.

В настоящее время действующими инструкциями для электросетевых компаний установлена обязанность предприятий данного сектора проводить работы по расчистке и расширению просек линий электропередач в целях обеспечения сохранности линий от случайного падения древесно-кустарниковой растительности на провода. В связи с у предприятий электросетевого комплекса, собственников протяженных линий электропередач, становится актуальным вопрос нахождения эффективного инструмента подсчета точных объемов растительности, подлежащей вырубке.

Традиционный метод подсчета объемов работ по вырубке, который сейчас используется в электросетевых компаниях, отличается крайне низкой степенью достоверности, так как основан на масштабируемой на весь участок работ субъективной оценке специалиста, проводящего глазомерное обследование на локальном отрезке просеки.

В свою очередь, специалистами ЦКИ КемГУ была создана технология проведения цифровой таксации древесно-кустарниковой растительности с помощью анализа данных, получаемых с помощью беспилотных воздушных судов (БВС), которая может решить проблему необъективности данных за счет применения автоматизированных нейросетевых алгоритмов расчетов

взамен использования человеческого ресурса.

Само понятие цифровой таксации содержится в Приказе Федерального агентства лесного хозяйства от 12 декабря 2011 г. № 516 «Об утверждении Лесоустроительной инструкции». Цифровая таксация лесов описывается как дешифровочный способ таксации лесов, основанный на аналитико-измерительном дешифрировании качественных характеристик лесных насаждений по их изображению на аэрофотоснимках и космических снимках. [1]. Однако, поскольку рынок аэрофотосъемки с применением БВС в Российской Федерации только начинал свое формирование, пилотируемая съемка и использование космоснимков оставались крайне дорогим и, как следствие, неэффективным инструментом для подсчета объемов растительности подлежащей вырубке.

В ходе проведенных тестовых работ, в рамках которых была разработана технология цифровой таксации с помощью БВС, было определено значительное завышение специалистом электросетевой компании, проводящим традиционное глазомерное обследование, объемов работ по вырубке древесно-кустарниковой растительности – таблица 1.

Таблица 1

**Площадь залесенности по всем классам древесно-кустарниковой
растительности в сопоставлении с данными специалистов
электросетевой компании**

Участок (с опоры №)	S залесенности, м2					
	2-7м	>7м	Итого, м2	Специалисты (>7м)*	Разница (>7м), м2	Разница (>7м), %
89	563,08	1 089,41	1 652,49	2 505,60	-1 416,19	43%
90	511,13	2 669,79	3 180,92	2 275,20	394,59	117%
91	668,80	2 420,46	3 089,26	2 160,00	260,46	112%
92	827,64	2 561,51	3 389,15	3 000,00	-438,49	85%
93	1 670,63	1 220,46	2 891,09	2 260,80	-1 040,34	54%
94	241,91	868,31	1 110,22	2 001,60	-1 133,29	43%
95	437,18	200,25	637,43	0	200,25	-
96	703,19	101,69	804,88	0	101,69	-
97	2 313,05	809,65	3 122,70	4 080,00	-3 270,35	20%
98	749,83	1 749,64	2 499,47	4 000,00	-2 250,36	44%
99	786,26	1 971,52	2 757,77	2 784,00	-812,48	71%
100	567,56	1 839,90	2 407,46	3 000,00	-1 160,10	61%
Итого, м2	10 040,24	17 502,60	27 542,85	28 067,20	-10 564,60	62%

В интересующем сегменте растительности (высотой более 7 м) расхождение масштабированных данных, которые были подсчитаны специалистом компании были на 62% выше, чем было рассчитано программно на основе данных, полученных с БВС. Такого рода ошибка в

расчетах на большой протяженности в таком же процентном соотношении увеличит расходы компании на вырубку растительности. При анализе размещенных на сайте государственных закупок заказов на расчистку и расширение просек линий электропередач можно понять, что потенциальная экономия может исчисляться миллионами рублей.

Поскольку технология цифровой таксации с помощью БВС является инновационным направлением, однозначного заключения об эффективности его применения дать проблематично, так как на текущий момент времени отсутствуют готовые методики финансово-экономической оценки данного процесса с учетом специфики используемого оборудования и самих работ.

Если рассматривать ситуацию в целом по стране, то мы можем увидеть тенденцию увеличения объема выданных кредитов на ипотеку. Об этом говорят показатели по данным ЦБ РФ, которые представлены

Для проведения финансово-экономической оценки эффективности технологии цифровой таксации была произведена доработка существующих методов оценки с учетом специфики работ с применением беспилотной авиации.

1. Расчет полной стоимости работ по цифровой таксации:

$$CP = \text{ФОТ} + \text{НР} + \text{НП},$$

(1)

где ФОТ (руб.) = Расходы на оплату труда + 43% (отчисления на налоги и отчисления) – фонд оплаты труда операторов и обработчиков;

НР (руб.) – сумма накладных расходов (включая $A_{\Gamma} = O / \text{СПИ} * K$ – ускоренную амортизация оборудования с $K=3$ (п. 19 ПБУ 6/01 [2]), и др. общепроизводственные и общехозяйственные затраты); Ускоренная амортизация оборудования применяется в связи с тем, что существует риск получения значительного ущерба вплоть до полной гибели ЛА в любой момент его эксплуатации. Например, в результате летного происшествия БВС разбился и не подлежит восстановлению. Безусловно для нивелирования данного риска необходима организации системы специализированного контроля за состоянием оборудованием и пилотов, а также применение страхования БЛА для передачи рисков на страховую компанию (аналог каско на автомобили). Все это в любом случае имеет свое отражение в накладных расходах при проведении работ.

НП (руб.) = $(\text{ФОТ} + \text{НР}) * 0,3$ – нераспределенная прибыль (норма прибыли 30%)

При проведении практических расчетов данная формула будет расширена и дополнена с учетом площади проводимого обследования.

Также хотелось бы отметить, что посредством оценки стоимости работ по данной формуле и сопоставлению со стоимостью проводимых «пеших» оценок будет определяться целесообразность применения цифрового метода, так как он априори более дорогой и эффект экономии на маленьких участках может не покрывать расходов на проведение работ таким способом.

2. Совокупный экономический эффект:

$$\Delta \text{ЭЭ} = \frac{(\Delta \text{Пв} \times \text{Срр} + \Delta \text{СР})}{\text{Поз}}, \quad (2)$$

где $\Delta \text{ЭЭ}$ (руб./га) – совокупный экономический эффект на га обследуемой площади;

$\Delta \text{Пв}$ (%) – разница площадей вырубки растительности при расчете традиционным и цифровым способами;

Срр (руб.) – стоимость вырубки 1 га растительности;

$\Delta \text{СР}$ (руб.) – разница стоимости работ по подсчету объемов растительности подлежащей вырубке при расчете традиционным и цифровым способами;

Поз (га) – обследуемая площадь.

Данный показатель характеризует уровень снижения расходов на вырубку древесно-кустарниковой растительности и будет сопоставляться с данными получаемыми глазомерным способом с учетом стоимости работ по их проведению.

3. Суммарный экономический эффект:

$$\Delta \text{ОПр} = \text{ТЗ}^0 - \text{ТЗ}^1,$$

(3)

где $\Delta \text{ОПр}$ (руб.) – изменение (прирост) операционной прибыли предприятия после внедрения системы цифровой таксации;

ТЗ^0 (руб.) – текущие затраты предприятия до внедрения системы цифровой таксации;

ТЗ^1 (руб.) – текущие затраты предприятия после внедрения системы цифровой таксации

Позволит определить абсолютное снижение затрат на производство работ по вырубке.

4. Соотношение эффекта и затрат:

$$\Delta \text{Прабс} = \Delta \text{ОПр} - \text{Зтек},$$

(4)

где $\Delta \text{Прабс}$ (руб.) – абсолютное изменение прибыли предприятия после внедрения системы цифровой таксации;

$\Delta \text{ОПр}$ (руб.) – изменение (прирост) операционной прибыли предприятия после внедрения системы цифровой таксации;

Зтек (руб.) – суммарные текущие затраты на внедрение системы цифровой таксации

Позволит оценить общее влияние на прибыль предприятий.

5. Окупаемость затрат на внедрение системы цифровой таксации:

$$\text{ОЗ} = \frac{\Delta \text{Прабс}}{\text{Зтек}} \quad (5)$$

6. Рентабельность внедрения системы цифровой таксации:

$$\text{Р} = \frac{\Delta \text{Прабс}}{\text{ПЗполн}} \quad (6)$$

где ПЗполн (руб.) – полные производственные затраты.

В настоящее время продолжается поиск и создание новых методов финансово-экономической оценки эффективности технологии цифровой таксации, на основе которых будут разрабатываться подробные технико-экономические обоснования для внедрения данной технологии в деятельность электросетевых компаний.

Литература

1. Приказ Рослесхоза от 12.12.2011 № 516 «Об утверждении лесоустроительной инструкции». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rulaws.ru/acts/Prikaz-Rosleshoza-ot-12.12.2011-N-516/> (дата обращения: 06.04.2021).
 2. Приказ Минфина РФ от 30 марта 2001 г. « 26н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rulaws.ru/acts/Prikaz-Rosleshoza-ot-12.12.2011-N-516/> (дата обращения: 06.04.2021).
- Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент кафедры «Финансы и кредит» Кононова С.А.*

УДК 336.63

ДВИЖЕНИЕ F. I. R. E. – ПУТЬ К БЛАГОПОЛУЧНОЙ ЖИЗНИ

А. Г. Комарова

Кафедра финансов и кредита

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

Onasteyshaa@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена оценке идеологии развивающегося движения FIRE (Financial Independence and Early Retirement). Это движение, посвященное программе сбережений и инвестиций, которая позволяет сторонникам выйти на пенсию намного раньше, чем это позволяют традиционные бюджеты и пенсионные планы. Участники движения придерживаются точки зрения, что выходить на пенсию нужно не в пожилом возрасте, а на пике зрелости. Ключевая идея движения – создать капитал в молодом возрасте, после чего жить «в своё удовольствие», например, путешествовать, работать на 0,5 ставки или не работать вовсе. Анализ движения FIRE позволяет получить новые полезные знания в накоплении капитала, изучить опыт данного движения в США, а также обосновать или опровергнуть актуальность развития данного движения в России. Предметом исследования выступают принципы движения FIRE. Цель и задачи. В работе исследованы главные особенности движения FIRE. Результаты. Раскрыты теоретические аспекты сущности движения FIRE. Обоснована методология оценки, влияние факторов на использование принципов движения FIRE. Проанализирован опыт данного движения в США и России. Рассмотрены недостатки идеологии FIRE, возможные риски и изучена критика в отношении данного движения. Обоснованы рекомендации по использованию принципов движения FIRE. Выводы. В данной статье рассматривается финансовая независимость и ранний выход на пенсию в рамках движения FIRE. Выделенные в статье принципы данного движения, представленный опыт реальных участников FIRE повысят осведомленность в финансовых вопросах среди граждан РФ, что, в свою очередь, приведет к повышению финансовой грамотности и определению оптимального решения по ведению бюджета семьи. А последующая компетентность граждан РФ в принятии финансовых решений,

касающихся собственного бюджета, бюджета семьи или домохозяйства приведет к повышению качества жизни граждан, а также к экономическому росту РФ.

Ключевые слова: финансовая независимость, пенсия, сбережения, инвестиции, движение FIRE (*Financial Independence and Early Retirement*).

В современном мире у каждого есть свое представление о том, как и где провести пенсию. Учитывая увеличение пенсионного возраста, многие и вовсе хотели бы выйти на заслуженный отдых пораньше. Но едва ли можно поверить в то, что некоторым удастся сломать систему и выйти на пенсию уже в 30 или 40 лет. Яркий пример этому – последователи движения FIRE. Основные принципы движения заключаются в том, чтобы много откладывать, мало тратить и разумно инвестировать. Согласно идее FIRE, необходимо откладывать от 50% до 75% доходов за вычетом налогов. Именно данный подход и позволяет выйти на пенсию на несколько лет, а то и десятки лет раньше положенного срока.

Аббревиатура F.I.R.E. (*Financial Endependence, Retire Early*) переводится как Финансовая независимость, ранняя пенсия [1].

Если смотреть на аббревиатуру F.I.R.E. именно как на слово, которое переводится с английского как «огонь» или глагол «зажигать», то становится очевидным, что в нем заложены эмоции, связанные с молодостью и свободой.

Если говорить подробнее о жизни в движении F.I.R.E., то это экономия ради будущего. Люди будто распределяют все денежные средства на каждый промежуток жизни. Это делается для того, чтобы как можно раньше выйти на пенсию и не думать о зарплатке в зрелом возрасте. При этом необязательно отказываться от работы совсем, можно заняться любимым делом. Уже не нужно каждый день сидеть в тесном душном офисе, слушать ненужные вам разговоры коллег. Можно обрести свободу и независимость, принадлежать самому себе.

Последствия такого подхода к финансовой стороне действительно удивительны. Если вы сможете жить на 50% от своей заработной платы и начнете это делать в 20 лет, то в 37 лет вы уже спокойно можете выйти на пенсию. Если же вы в силах жить на 25% заработной платы, откладывая остальную часть, то, поработав 7 лет, вы сможете уже закончить карьеру и, например, начать путешествовать.

К основным принципам F.I.R.E. относят:

1. Правило 4% — одна из важных идей в основе FIRE. Чтобы накопленного капитала хватило хотя бы на 30 лет пенсии, в первый год выхода «на пенсию» из него можно взять не более 4%.

2. Не менее 50% своего дохода, вне зависимости от текущего дохода и уровня жизни, необходимо инвестировать.

Участники движения FIRE считают, что стоит откладывать как минимум 50%, а еще лучше — 75%. Эти числа исходят из предположения, что если откладывать 75% от зарплаты, то за 10 лет можно накопить на 30 лет жизни с

текущим уровнем расходов. А если откладывать всего 50%, то на 30 лет пенсии придется копить 30 рабочих лет.

3. Ограничение потребления до минимально необходимого для жизни уровня, т.е. для удовлетворения минимальных потребностей, другими словами – тотальная экономия.

4. Заниматься созданием пассивного дохода, на который, в последствии, будет жить вся семья молодого пенсионера.

Поскольку движение раннего выхода на пенсию появилось в США, сейчас мы можем рассмотреть опыт этой страны. Американские блогеры делятся с читателями рассказами из своей жизни именно на данную тему:

- Root of Good (название блога) — Джастин ушел на пенсию в 33 года благодаря тщательному контролю своих расходов. Джастин – многодетный отец и счастливый муж. Также много путешествует и делится интересными историями в своём блоге [2].

- Free at 33 — Джейсон — обычный парень с очень непростой судьбой, который смог достичь финансовой независимости. Он уволился с работы в 2014 году, чтобы стать блогером и фрилансером. Начал собирать свой портфель в 2010 году, и теперь дивидендный доход покрывает все его расходы на проживание. В настоящее время Джейсон ведет очень комфортный образ жизни в Таиланде, где стоимость жизни намного ниже, чем в США [3].

В США к данному течению принадлежат, в основном, люди с доходом ниже среднего.

Людей, разделяющих основную идею F.I.R.E., в России не так много. Но всё-таки есть истории и в нашей стране.

Например, Fin Indie — Александр из Санкт-Петербурга, решивший в 30 лет начать копить на собственную пенсию. По плану он должен выйти на неё в 43 года. Вкладывая каждый месяц по 800\$ в акции из индекса S&P500, автор планирует обеспечить себе хорошую пенсию из дивидендов через 13 лет. Автор ведет канал в Telegram, любит составлять таблицы в Google, анализировать информацию по акциям, брокерам, комиссиям и делиться всем этим со своей аудиторией [4].

Рассмотрим основные преимущества движения FIRE:

1. Финансовое спокойствие. Практически отсутствуют финансовые ограничения, при этом есть стабильный доход (дивиденды, доход от облигаций, доход от аренды).

2. Финансовая независимость показывает, что в наиболее важных областях (здоровье, семья, межличностные отношения) деньги имеют ограниченное влияние.

3. Ощущение идеальной жизни, гораздо больше возможностей, чтобы осуществить свои мечты и идеи.

В движении F.I.R.E. есть и свои недостатки:

1. Финансовые кризисы, которые могут достаточно сильно ударить по

карману любого инвестора, особенно тех, кто рассчитывает только на государственную пенсию.

2. Жесткая экономия подойдет далеко не всем. Для полноценной и счастливой жизни необходимо найти баланс оптимального потребления и экономии для последующих инвестиций. Для чувствительных людей это будет особенно сложно.

3. Отсутствие долгосрочных целей и организации. Люди не знают, что будет с ними через 10, 20 лет, поскольку если у них появляется какая-то идея, то воплощение мечты в реальность становится краткосрочной целью. Также ввиду отсутствия рабочего графика, стабильного дела появляются проблемы с организацией своего режима дня и так далее [5].

Учитывая принципы, преимущества и недостатки движения FIRE, обретение финансовой независимости в раннем возрасте критикуется. Основная критика движения заключается в том, что активисты предлагают откладывать значительную часть дохода, что бывает сложно или практически невозможно для людей с низким доходом. За это FIRE называют движением для богатых. По этой причине для России движение FIRE ещё менее актуально, чем в развитых странах ввиду низкого и ниже среднего дохода у значительной доли населения страны.

Перспективы движения F.I.R.E. базируются на отказе расширенного потребления в настоящей жизни. Наше мнение – о будущем необходимо думать уже сейчас, неважно сколько вам лет. Самое важное – это правильно начать: выбрать процент от дохода, который вы будете откладывать; отказаться от товаров роскоши; научиться экономить денежные средства. Выбрав верную траекторию, вы сможете достичь поставленной цели. При этом нужно понимать, что наличие большого количества денег и даже финансовая независимость не сделает человека абсолютно счастливым. Работая по будням и встречаясь с друзьями по выходным, последователи движения FIRE не ощущали своего одиночества, ведь они всегда были среди людей. После достижения финансовой независимости они остались один на один со своими нерешенными проблемами и очень остро ощутили на себе отсутствие близких людей рядом (семьи).

Таким образом, движение F.I.R.E. – новый способ для создания обеспеченной жизни в будущем. Финансовая независимость – не решение всех проблем человека. Если и решение, то только финансовых вопросов. Финансовая независимость – это лишь инструмент, который может расширить ваши возможности, но никак не цель всей жизни. Существует множество примеров людей, которые реализовали идею раннего выхода на пенсию и сейчас живут в достатке. С каждым годом число сторонников движения F.I.R.E. растёт. Однако в России в настоящее время данное направление поддерживает малое количество людей. Ввиду влияния западных трендов на Россию, вполне возможно, что в скором времени F.I.R.E. может стать актуальным выбором для многих граждан России.

Литература

1. Движение FIRE: финансовая независимость и ранний выход на пенсию [Электронный ресурс] // «Открытие. Брокер» [Официальный сайт]. URL: <https://journal.open-broker.ru/personal-financial-planning/dvizhenie-fire-finansovaya-nezavisimost-i-rannij-vyход-na-pensiyu/> (дата обращения 02.03.2021).
 2. Описание истории жизни блогера «Root of Good» [Электронный ресурс] // Авторский сайт «Root of Good» <https://rootofgood.com/> (дата обращения 20.03.2021).
 3. Описание истории жизни блогера «Free at 33» [Электронный ресурс] // Авторский сайт «Free at 33» <https://www.mrfreeat33.com> (дата обращения 25.03.2021).
 4. Описание истории жизни блогера «Fin Indie» [Электронный ресурс] // Авторский сайт «Fin Indie» <http://fin-indie.ru/> (дата обращения 04.04.2020)
 5. Движение FIRE — financial independence retire early [Электронный ресурс] // Журнал «Тинькофф» <https://journal.tinkoff.ru/guide/fire-movement/> (дата обращения 10.04.2021).
- Научный руководитель – доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой «Финансы и кредит» Федулова Е.А*

СЕКЦИЯ: «ЭКОНОМИКА РЕГИОНОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ»

УДК 332.1

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ПРИНЦИПОВ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Ю. В. Жеброва, А. Е. Котенко

Кафедра региональной и отраслевой экономики
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
K0tenk0.nastya@mail.ru

В статье определена сущность циркулярной экономики, перечислены её принципы и бизнес-модели. Авторами обобщен опыт реализации принципов циркулярной экономики в организациях общественного питания отечественными и зарубежными компаниями. Сделан вывод о том, что организациям общественного питания необходимо изучать опыт безотходных производств и утилизации отходов без вреда для окружающей среды.

Ключевые слова: циркулярная экономика, бизнес-модели, рециклирование, ресурсы.

Концепция циркулярной экономики является плодом двух наук: экологии и экономики. Впервые это понятие появляется в 1960-ых годах, когда технологический прогресс развивается с быстрыми темпами.

Циркулярная экономика – экономика, направленная на поддержание ценности продуктов, материалов ресурсов в течение как можно более длительного времени путем возвращения их в производственный цикл. Ее целью является – обеспечение максимальной эффективности использования продуктов.

К основным принципам циркулярной экономики можно отнести:

- создание и увеличение естественного капитала путем управления ограниченными запасами и балансирования потоков возобновляемых ресурсов;
- оптимизация выбывания ресурсов за счет циркуляции продуктов с наивысшей полезностью на всех этапах жизненного цикла;
- содействие повышению эффективности систем путем выявления негативных факторов и последующего перепроектирования производственной деятельности.

Циркулярная экономика основывается на следующих видах процессов:

- техническое обслуживание – продление жизненного цикла продукта за счет поддержания его производительности;
- повторное использование в первоначальном или измененном виде;
- восстановительный ремонт и/или восстановление компонентов.

Сами процессы, которые происходят в циркулярной экономике, носят название – рециклирование – переработка отходов и отслужившей продукции. При этом переработка такой продукции может выражаться в переработке в новые материалы более высокого качества; восстановлении

материалов для первоначальной цели или любой другой, кроме получения энергии; преобразовании в низкокачественные материалы.

Принципы циркулярной экономики используются в качестве принципов устойчивого развития. Поэтому страны проводят активную поддержку бизнеса, работающего по принципам циркулярной экономики.

Бизнес-модель можно назвать циркулярной, если производство стремится оптимизировать свои процессы путем уменьшения количества материалов и ресурсов; продлением срока службы путем ремонта и восстановления ресурсов; переработки продукции, извлекая выгоду из остаточной стоимости.

Существует пять бизнес-моделей в циркулярной экономике.

1. Циркулярные поставки - модель, в которой ограниченные ресурсы заполняются на полностью возобновляемые. Процесс производства оснащен биоразлагаемыми ресурсами, либо обеспечен полной переработкой отходов.

2. Восстановление ресурсов – модель подразумевает восстановление и повторное использование ресурсов.

3. Платформы для обмена и совместного использования – подразумевает обмен или совместно использование товаров или активов. Позволяет конкурирующим организациям сотрудничать, что приводит к снижению издержек, повышению эффективности использования активов, получению доходов от совместного использования оборудования.

4. Продление жизненного цикла продукции. Достигается путем ремонта, модернизации, реконструкции или восстановления продукта. Данная модель подходит для производства промышленного оборудования.

5. Продукт как услуга – клиенты используют продукт путем «аренды» с оплатой по факту использования.

2. Технология «WinnowVision» и другие эко-проекты, реализующие принципы циркулярной экономики в общественном питании.

Британская компания «Winnow Solutions» разработала технологию, которая продлевает жизнь продуктов при помощи искусственного интеллекта. Компания сделала упор на индустрии гостеприимства, где денежные убытки от потери еды ежегодно составляют около \$100 млн. Технологии могут позволить сократить пищевые отходы, что сэкономит деньги и снизит воздействие производства продуктов питания на окружающую среду. На данный момент компания помогает кафе, ресторанам и столовым снизить количество пищевых отходов. Для этого кухни оборудуются специальными весами и экранами, на которых отмечается сколько потреблено и выброшено продуктов. Система анализирует полученные данные и показывает, насколько превышено количество отходов. В целом компании, которые начали использовать технологию Winnow, адаптируются к системе в течение 4-8 месяцев. Разработки Winnow помогают компаниям в течение года сократить пищевые отходы на 45% и снизить затраты на закуп еды до 8%.

Известность компании достаточно быстро распространилась по миру. И система «Winnow Vision» помогла организациям по всему миру сэкономить \$42 млн, около 36,5 млн порций еды и 61 тыс. т выбросов CO₂.

Так же примерами циркулярного производства являются:

1). Стартап в области пищевой науки Apeel Sciences, которая предлагает альтернативу одноразовой пластиковой упаковке для овощей и фруктов. Компания Apeel производит защитное покрытие, которое состоит из веществ, содержащихся в овощах и фруктах, оно удерживает влагу и не пропускает кислород. Благодаря этому срок годности продуктов увеличивается как минимум в 2 раза, а значит, меньше еды оказывается на свалках. Свою продукцию компания поставляет в виде порошка, который разводится с водой, при опрыскивании овощей и фруктов этим раствором на них сразу же образуется защитный слой. Такое мероприятие позволяет сократить выбросы углерода, связанные с производством пластика и пищевые отходы.

2). «Кухня на районе» — экспресс-доставка готовой еды и продуктов. Сегодня приложением пользуется 500 тыс. человек. В декабре 2019 года сервис запустил бета-версию программы сбора упаковки для последующей переработки. А в мае 2020 года «Кухня» выпустила новые прозрачные боксы из безопасного и прочного пластика PP5 на замену старым контейнерам. Обновленные боксы можно использовать для своих нужд либо сдать их на переработку. При производстве бокса используется на 20% меньше пластика, чем в старых контейнерах. За три месяца работы проекта упаковку вернули почти 30 тыс. раз, это примерно 4% от всех заказов за этот период, всего клиенты собрали 88,7 тыс. рублей для фонда WWF России, «Кухня на районе» добавила к этой сумме свои средства и перечислила 300 тыс. руб. на проект помощи зубрам.

3). Все больше людей начинает придерживаться идеи безотходного потребления. И поэтому сейчас предприниматели создавая компании стараются придерживаться концепции Zero waste, в том числе в системе общепита. Например: во многих кофейнях предоставляют скидку за использование многоразовых стаканов, кружек, термосов; рестораны сдают отходы на переработку, большинство заведений устанавливают часы скидок, в которые распродают оставшуюся продукцию. Если взять во внимание Кемерово, то здесь уже используется эта система, такие заведения как «КофеБулка», «Три Батона», «Кофейня №1» предоставляют скидки за час до закрытия.

4). Еще один шаг на пути к жизни в стиле эко – проект «My cup, please». Это движение за отказ от одноразовых стаканчиков.

В России образуется около 42 млн. тонн пищевых отходов в год, включая потери, образующиеся в цепочке поставок, включая сельхозпроизводство, переработку, логистику и хранение.

Таким образом, технологии могут позволить сократить пищевые отходы, что сэкономит деньги и снизит воздействие производства и утилизации продуктов питания на окружающую среду.

Литература

1. Батова, Н. Циркулярная экономика в действии: формы организации и лучшие проекты / Н. Батова, П. Сачек, И. Точицкая // BEROC Green Economy Policy Paper Series. – 2018. - №5. – С. 9-14.
2. В. Д. Александрова Современная концепция циркулярной экономики // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. №5-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-kontseptsiya-tsirkulyarnoy-ekonomiki> (дата обращения: 09.04.2021).
3. Ким, В. В. Продовольственные потери и пищевые отходы на потребительском рынке РФ / В. В. Ким, Е. А. Галактионова, К.В. Антоневич // Internathional agricultural journal. – 2020. - №4. – С. 2-17.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Колесникова Е. Г.

УДК 06.73.55

ДЕВЕЛОПМЕНТ ГОРОДСКИХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ В МАЛЫХ ГОРОДАХ (НА ПРИМЕРЕ Г.ТОПКИ)

И. И. Федосеева

Кафедра Региональной и отраслевой экономики
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
Irenf17@mail.ru

В работе доказывается необходимость развития городских общественных пространств, оценивается влияние различных факторов на состояние городской среды малого города и предлагается решение по улучшению качества городской среды. Также предоставляется обоснование предполагаемого социально-экономического эффекта от предлагаемого девелоперского проекта. В методологическую основу исследования включены методы системного подхода, обобщения и аналогии, аналитический, комплексно-факторный и другие методы.

Ключевые слова: городские общественные пространства, развитие территории, малые города, качество городской среды.

В соответствии с Градостроительным Кодексом Российской Федерации к малым городам относят поселения с численностью жителей до 50 тыс. человек [1]. По данным Росстата, на 2019 год в малых городах России проживает почти 16 млн. человек или около 15,5% процентов всего городского населения страны [4]. Как правило, численность населения таких городов ежегодно сокращается вследствие внутренней миграции. Среди основных причин переезда жителей малых городов в более крупные выделяют отсутствие возможности получить квалифицированную медицинскую помощь, качественное образование и высокооплачиваемую работу, а также посетить культурно-досуговые мероприятия, то есть оттоку населения из малых городов способствует неразвитость городских общественных пространств. Развитие представляет собой деятельность,

направленную на преобразование действующего объекта недвижимости или незастроенного земельного участка, территории муниципального образования с целью формирования их рыночной, инвестиционной и социальной привлекательности.

Таким образом, девелопмент городских общественных пространств необходим малым городам, что обосновывает актуальность выбранной темы исследования.

Официальная методика оценки качества городской среды в Российской Федерации была утверждена в 2019 году. Она разработана в целях реализации положений Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. N 204 "О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года" и национального проекта "Жилье и городская среда" и используется для определения размера субсидии из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на поддержку государственных программ субъектов Российской Федерации и муниципальных программ формирования современной городской среды[2].

Индекс города рассчитывается ежегодно и измеряется в баллах. Максимально возможное значение индекса составляет 360 баллов, так как он включает 36 индикаторов со значениями от 0 до 10 баллов.

В результате все исследуемые города распределяются на два уровня качества городской среды:

- города с благоприятной городской средой – количество набранных баллов у таких городов должно составлять не менее 50 процентов от максимального количества баллов индекса города;

- неблагоприятная городская среда – количество набранных баллов у таких городов составляет менее 50 процентов от максимального количества баллов индекса города.

По показателям за 2019 год город Топки относится к городам с неблагоприятной городской средой. В частности, менее 50 процентов от максимального количества баллов было набрано по категориям:

- озелененные пространства (парки, сады, озелененные набережные, скверы и др.);

- общественно-деловая инфраструктура и прилегающие пространства (различные сервисы и объекты услуг, административные учреждения, общественное питание и др.);

- социально-досуговая инфраструктура и прилегающие пространства (образовательные, культурные, спортивные, рекреационные, медицинские учреждения, а также учреждения досуга и др.).

Увеличению общего индекса качества городской среды создание на территории города Топки парковой зоны, поскольку такой проект охватывает большое количество критериев. В частности, создание парка может повысить все критерии, относящиеся к озелененным пространствам, также часть

критериев социально-досуговой инфраструктуры (например, обеспеченность спортивной инфраструктурой).

Кроме того, создание нового парка на территории города Топки соответствует целям и задачам социально-экономического развития муниципального образования Топкинский муниципальный район, перечисленным в Стратегии социально-экономического развития Топкинского муниципального района до 2035 года. В частности, данный проект окажет положительное влияние на цель «Повышение уровня и качества жизни населения. Развитие человеческого капитала и социальной сферы» и задачи «Развитие физической культуры и спорта»[3].

Для оценки влияния факторов озеленения, общественно-деловой и социально-досуговой инфраструктуры на индекс качества городской среды были проанализированы малые города с численностью населения от 25 до 50 тыс. человек. В выборку попали 12 городов, сгруппированные в зависимости от ИКГС (по 4 города в каждой из 3-х групп).

Было проанализировано 5 факторов: площадь города, количество парков и скверов, количество музеев/театров/библиотек/, количество исторических памятников, количество торговых центров/филиалов банков (таблица 1).

Таблица 1

Объясняющие и результирующий факторы оценки качества городской среды

№	Название фактора	Результирующий (y) /объясняющий (x)
1	Индекс качества городской среды (баллы)	y
2	Площадь города (кв.км)	x ₁
3	кол-во парков и скверов	x ₂
4	кол-во театров, музеев, библиотек	x ₃
5	кол-во исторических памятников	x ₄
6	кол-во торговых центров, филиалов банков	x ₅

В результате обработки картографической информации были получены данные, представленные на таблице 2.

Таблица 2

Значения факторов модели

№ наблюдения	y	x ₁	x ₂	x ₃	x ₄	x ₅
1	233	7	7	4	9	20
2	221	17,8	12	7	5	23
3	216	36	9	4	3	18
4	211	185	6	7	3	9
5	200	23	7	6	19	19

Секция: «Экономика регионов и организаций в эпоху цифровой трансформации»

6	190	33	5	1	8	11
7	175	61	3	7	2	19
8	169	51,7	1	1	2	6
9	150	64,5	1	7	4	14
10	135	22	2	3	9	14
11	123	38,1	1	2	1	2
12	105	134	1	5	1	14

Далее был проведен корреляционный анализ, который показал:

- количество парков и скверов влияет на индекс качества городской среды (ИКГС) сильнее остальных факторов, связь является тесной, связь с остальными факторами - слабая;

- площадь города оказывает обратное влияние на ИКГС, остальные – прямое.

В ходе анализа было выявлено, что связь ИКГС с факторами количество музеев/театров/библиотек/, количество исторических памятников, количество торговых центров/филиалов банков слабая.

На основе указанных данных также было построено уравнение регрессии:

$$y = 192,01 - 0,88x_1 + 5,02x_3$$

Факторами, оказывающими наибольшее влияние на индекс качества городской среды, являются площадь города x_1 и его озеленение x_3 .

Интерпретация коэффициентов полученной модели имеет следующий смысл: при увеличении площади города на 1 кв.км, индекс качества городской среды уменьшается на 0,88; при создании на территории города одного нового парка, индекс качества городской среды увеличивается на 5,02.

Таким образом, из рассмотренных факторов только фактор «количество парков и скверов» напрямую влияет на ИКГС.

С помощью карты Генерального плана города Топки было вычислено, что доля зеленых насаждений в городе составляет 19,17%, в том числе озелененных объектов общественного пользования 3,74%. Норма площади озеленения городов, установленная Всемирной Организацией Здравоохранения (ВОЗ) равна 50 м² городских зеленых насаждений на одного жителя. Плохими по условиям озеленения считаются города, где растительность занимает менее 10 % площади города, хорошими – 40–60 %. Таким образом, новый озелененный объект общественного пользования в городе Топки необходим для повышения качества городской среды.

Для внедрения проекта предлагается участок площадью 16 м кв., ограниченный улицами Школьная, Элеваторская, Калинина и Розы Люксембург.

Обоснование выбора данного участка:

- участок земли в настоящее время не используется, на нем нет построек, что облегчает подготовку территории для возведения объекта;

- участок находится непосредственно вблизи жилой застройки, что повысит долю населения, имеющего доступ к озелененным территориям общего пользования;

- находится на расстоянии 150 м от школы, то есть парк будет привлекателен для детей и молодежи, будет повышать увлеченность школьников спортом;

- расположен на территории, где поблизости не имеется парков либо скверов, то есть создание парка повысит равномерность распределения озелененных территорий общего пользования.

Ожидаемый социально-экономический эффект от девелоперского проекта:

- рост доли озелененных пространств общественного пользования на 0,03%, что позволит улучшить эстетический вид города, его санитарно-гигиеническую обстановку;

- увеличение числа жителей города, систематически занимающихся физкультурой и спортом, на 1,3% (т.к. предполагаемая целевая аудитория парка школьники, а численность учеников ближайшей школы №9 за прошлый учебный год составила 356 человек);

- создание около 10 новых рабочих мест в г.Топки (парк является хорошим местом для организации небольших коммерческих объектов, например, прокат спортивного инвентаря, различные ларьки, небольшие кафе, где необходимы продавцы, уборщики, официанты, охранники).

Таким образом, предлагаемый девелоперский проект окажет положительное влияние на качество городской среды малого города Топки.

Литература

1. Градостроительный кодекс Российской Федерации: кодекс от 29.12.2004 N 190-ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: справочно-правовая система [Официальный сайт]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51040/ (дата обращения: 24.03.2021).

2. Методика формирования индекса качества городской среды (утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 23.03.2019 N 510-р) [Электронный ресурс] // Правительство России [Официальный сайт]. URL: <http://government.ru/docs/36153/> (дата обращения: 24.03.2021).

3. Стратегия социально-экономического развития Топкинского муниципального района до 2035 года [Электронный ресурс]. URL: <https://drive.google.com/file/d/1oHWT7bty2gxP1KHSdWRPH4UOILqjK8qk/view> (дата обращения: 24.03.2021).

4. Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям / Информационно-аналитические материалы / Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: www.gks.ru (дата обращения: 24.03.2021).

УДК 332.1

**БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ
ОТХОДОВ И ИХ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

А. Е. Высоцкая

Кафедра региональной и отраслевой экономики
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
vanastasia.ev@gmail.com

В статье описана проблемная ситуация с переработкой отходов в России, а также обоснована необходимость реорганизации деятельности предприятий с целью применения экологических практик. Для упрощения этого процесса, в исследовании представлены различные варианты программного обеспечения для предприятий, а также алгоритм бизнес-процесса по сокращению отходов производства.

Ключевые слова: бизнес-процессы, цифровизация, переработка отходов, программное обеспечение.

Количество отходов в России с каждым годом возрастает на 4 млрд т [1], площадь полигонов для захоронения мусора уже превышает 4 млн га [2]. Лишь 5% всех отходов уходит на переработку, в то время как остальной мусор свозится на свалки, которые в большинстве случаев не соответствуют природоохранным требованиям, тем самым вызывая экологическое загрязнение на всей территории полигона и за его пределами. Если не предпринимать никаких действий, эта ситуация может привести к экологическому кризису: загрязнению отходами атмосферы и гидросферы, в том числе радиоактивными отходами [1].

Государство настроено на решение сложившейся проблемы: за последние годы принято ряд важных «зелёных законов», регламентирующих мероприятия по утилизации всех видов отходов, установление пределов допустимых выбросов в атмосферу и другие. В 2020 году были внесены поправки в ФЗ «Об отходах производства и потребления», в частности утверждён экологический сбор как форма реализации «расширенной» ответственности производителей и импортеров за утилизацию отходов.

В дальнейшем государственное регулирование в этой сфере будет лишь усиливаться, поэтому предприятиям необходимо осуществлять переход к более экологически безвредному производству. Основным способом достижения этой цели является вторичное использование отходов производства.

Наиболее эффективным методом организации деятельности предприятия в любой сфере является создание бизнес-процессов (последовательности определённых регламентированных действий).

Оптимизация здесь достигается за счёт стандартизации выполнения процессов и, таким образом, сокращения времени между ними.

Одним из примеров бизнес-процессов по переработке отходов на предприятии может служить концепция Zero Waste («ноль отходов»), которая нацелена на сокращение мусора на раннем этапе его производства. Концепция содержит пять этапов: «отказ от ненужного; ограничение необходимого; использование приобретённого; переработка того, что не может быть использовано; компостирование остального» [3]. Этот бизнес-процесс может быть представлен с помощью блок-схемы (рис.), которая позволяет предприятию структурировать весь процесс по переработке отходов и рассмотреть все возможности использования ресурсов и вторсырья.



Рис.1 Алгоритм сокращения отходов предприятия

Источник: составлено автором на основе [3]

Чтобы процессы были легко управляемыми, а перерывы между операциями сводились к минимуму, предприятия прибегают к автоматизации бизнес-процессов и цифровой обработке данных. В век стремительного развития цифровых технологий, уже доступны многие инструменты для оптимизации контроля за переработкой отходов и упрощения планирования этого процесса. Так, на рынке отечественного программного обеспечения предлагаются следующие продукты: RG-Soft («Вывоз мусора», «Управление переработкой и размещением отходов», «Региональный оператор по обращению с отходами»); 1С («Производственная безопасность. Охрана окружающей среды»); программа «Отходы-Предприятие». Все инструменты имеют различные функциональные возможности и стоимость.

Программа RG-Soft имеет широкий функционал: управление договорами (с возможностью учёта содержания отходов), диспетчеризация (регистрация автомашин с отходами, отражение всех действий на полигоне, формирование отчёта об объеме ввезённых и вывезенных отходов), учёт произведённого вторсырья, ведение экологической отчётности.

Стоимость данного программного обеспечения варьируется от 52 до 171 тыс. рублей, в зависимости от количества пользователей.

Другой популярной программой является 1С: «Производственная безопасность. Охрана окружающей среды», которая может применяться на предприятиях перерабатывающей отрасли, осуществляющих переработку вторсырья. Программа позволяет вести учёт: обращения с отходами, объектов размещения отходов, разрешительных документов, а также множество других действий, связанных с охраной окружающей среды. В отличие от RG-Soft, ценовой диапазон на расширение 1С гораздо шире – от 9,5 тыс. рублей на одно рабочее место и до 540 тыс. рублей на 100 рабочих мест.

Что касается программы "Отходы-Предприятие", она абсолютно бесплатна, однако в ней также имеются наиболее важные функции для организации работы предприятия в сфере переработки отходов. Среди многочисленных возможностей, можно выделить основные три: ведение базы операций с отходами; формирование наглядных отчётов и данных для передачи в экологические службы, а также расчёт необходимых к уплате экологических платежей.

Таким образом, имеется множество программных продуктов для контроля за утилизацией отходов предприятия. Каждое производство должно выбирать подходящий инструмент в соответствии с целями и материальными возможностями.

Литература

1. Основные технологии переработки промышленных и твёрдых коммунальных отходов : [учеб. пособие] / Л. Б. Хорошавин, В. А. Беляков, Е. А. Свалов ; [науч. ред. А. С. Носков] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 220 с.
 2. Утилизация мусора в России. Как реформируют отрасль: [Электронный ресурс]. - URL: <https://tass.ru/info/6000776> (дата обращения: 25.03.2021).
 3. Третьякова, В. А. Применение экологических концепций в бизнес-процессах / В. А. Третьякова, Д. А. Масалова, А. М. Глазкова // Научный электронный журнал "Меридиан". – 2020. – №2(36). – С. 516-518. [Электронный ресурс]. - URL: <http://meridian-journal.ru/site/page?id=59>
- Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Колесникова Е. Г.*

УДК 332.1

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕНОВАЦИИ ОБЪЕКТОВ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Е.С. Гайфулина

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

kovtunekaterina2017@yandex.ru

Аннотация: Тенденцией развития городов на протяжении значительного времени является деиндустриализация городских пространств, что связано с принципиальными изменениями в технологии производства средств и предметов труда, а также изменившимися требованиями населения к комфортности городской среды. Бывшие промышленные зоны зачастую располагаются в инвестиционно-привлекательных районах города и представляют собой резерв земельного фонда. В работе рассмотрены направления реновации бывших промышленных территорий, которые смогут обеспечить устойчивое развитие города, дана оценка инвестиционной привлекательности проекта реновации бывшей промышленной площадки завода ООО «ЗЭТА».

Ключевые слова: реновация, промышленные зоны, инвестиционная привлекательность, устойчивое развитие, ООО «ЗЭТА».

Для большинства крупных городов является актуальным вопрос о реновации бывших промышленных территорий. В значительной степени это обуславливается экономическими, эстетическими и экологическими аспектами.

В связи с возросшими современными требованиями по обеспечению экологической безопасности населения вредные промышленные производства выносятся из центра за городскую черту или на периферию.

Термин «реновация» трактуется как адаптация существующего объекта за счет изменения функционального назначения здания, сооружения, комплекса для дальнейшего использования [1].

С точки зрения функционального назначения существуют различные направления изменения промышленных территорий:

- сохранение промышленного функционала территории;
- частичная рефункционализация;
- полная рефункционализация.

Существует много примеров трансформации промышленных зон как в зарубежной, так и в отечественной практике, например, музей воды в Санкт-Петербурге в здании водонапорной башни, развлекательный комплекс «ART-Стрелка» в Москве, комплекс Газгольдеров в Вене, возникший путем реновации громоздких зданий, служивших резервуарами для газа и т.д.

На определение предметной области проектов влияют различные факторы: экономическая целесообразность, специфика развития региональные особенности развития регионов, климат. Потому для городов Кемеровской области актуальными проектами реновации промышленных зон являются торговые и логистические центры, индустриальные парки, а вот отели, гостиницы уже не проходят по строительным нормам, поскольку

Секция: «Экономика регионов и организаций в эпоху цифровой трансформации»

климатические условия имеют существенные отличия от европейского климата

В городе Кемерово есть несколько бывших промышленных зон подлежащих реновации, такие как бывшая промышленная площадка завода ООО «Зета», завод «Прогресс» в Кировском районе; завод «Керамзит» находящийся в районе химкомбината «Азот»; ООО " Амтел Шина - Кузбасс" находящийся на улице Терешковой.

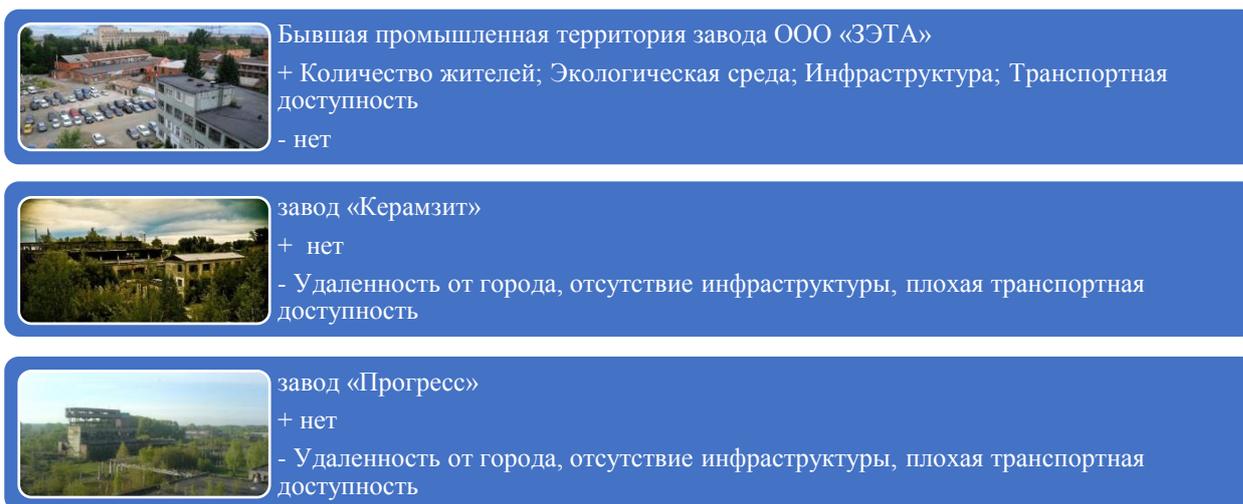


Рис. 1 Сравнительный анализ бывших промышленных территорий

Наиболее привлекательной территорией для реновации объекта промышленного назначения является место в центре города, т. е. бывшая промышленная площадка ООО «Зета».

Рассматривались варианты размещения на данной территории различных видов недвижимости: жилой, торговой, складской, офисной.

В данном районе уже функционирует несколько торгово-развлекательных центров и местность не нуждается в строительстве дополнительных торговых площадей.

Использование промышленной площадки для создания складских площадей нерационально, так как существуют ограничения по перемещению грузового транспорта по территории города и расположение складской недвижимости в центре города не соответствует приоритетным направлениям политики градостроительного планирования Кемерово, которая направлена освобождение центральных городских территорий от складских и промышленных зон [2].

Отказ от строительства делового центра на предложенной площадке обоснован наличием крупного торгово-делового центра в непосредственной близости и на основе данных о неполной его загрузке.

Выбранный район насыщен социальной инфраструктурой, характеризуется высокой транспортной доступностью, что позволяет

предположить, что жилая недвижимость в предложенных границах будет экономически целесообразна и востребована со стороны покупателей.

В этом микрорайоне наблюдается дефицит пятен под застройку. Стоимость 1 кв. метра жилья в строящихся домах варьирует в пределах 60-80 т. руб./кв. м.

- Ощутим спрос на первичном рынке жилья у однокомнатных и двухкомнатных квартир.

Для оценки экономических параметров проекта были приняты предположения:

- начало продаж запланировано на 2 кв. 2022 года. Гашение кредита произойдет в это же время;
- стартовая цена продаж по жилым площадям - 70 т. руб. за кв. м.; коммерческих площадей - 60 т. руб. за кв. м, паркинга - 550 т. руб. за место;
- для расчета общих издержек проекта строительства, была принята средняя величина строительства в регионе за 1 кв. м. – 44 тыс. рублей.

С целью определения целесообразности инвестиционного проекта была составлена финансовая модель.

Дисконтированный срок окупаемости проекта составляет 21 месяцев, что свидетельствует о быстрой окупаемости проекта. Показатель чистой приведенной стоимости проекта составляет 302 969 тыс. рублей. Рентабельность продаж составляет 32,4 %, что говорит об инвестиционной привлекательности проекта.

Целью реновации промышленных территорий является перерождение депрессивных зон, находящихся в центральных частях города, которое принесет положительный эффект и городу, и горожанам и девелоперской компании. Таким образом, реновация промышленных территорий представляет собой перспективное направление развития городов.

Литература

1. Дрожжин Р.А. Реновация промышленных территорий // Вестник Сибирского государственного индустриального университета – 2015. -№1 (11) С. 84
2. Менх Л.В., Организация и развитие транспортной системы / Менх Л.В., Куприна И.К., Румянцева Е.Е. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 10 (57). С. 583-586.
3. Новиков А.В. Реализация концепции «Умного города» и управления городской средой / А.В. Новиков, И.К. Куприна // Сборник материалов II международной научно-практической конференции «Вызовы современности и стратегии развития общества в условиях новой реальности» 2021 г. №II, С. 240-245. Режим доступа: <http://adm.nauka20-35.ru/Files/ArticleFiles/a880268d-2dd3-481c-a34e-2ff0e63ecf2f.pdf>

Научный руководитель – кандидат технических наук, доцент Куприна И.К

УДК 332.1

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КАЧЕСТВЕННОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ ГОРОДА КЕМЕРОВО

А.В. Новиков

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

193072@mail.ru

Аннотация: в данной работе рассматривается влияние городской среды на состояние человека и его поведение. Изучается новый подход к формированию городской среды для человека с учетом его статуса биологической машины. Учитываются не только механизмы функционирования нервной системы, но и связь с условиями в которых происходило формирование человека. На основе полученных данных создаются рекомендации по улучшению качества городской среды города Кемерово и рассматриваются потенциальные социально-экономические эффекты. Основная цель работы - создание общественных пространств благоприятных как для человека, так и для развития бизнеса.

Ключевые слова: городская среда, влияние городской среды, общественные пространства, территориальное планирование.

Не вызывает сомнений тот факт, что городская среда способна сильно влиять на людей. Как положительно, так и отрицательно. И задача современного города усилить положительные эффекты и минимизировать негативные. Однако принципы традиционной урбанистики морально устарели и не отвечают современным требованиям. Классические науки исходят из того принципа, что человеческое поведение следует принципам логики и игнорируют статус человека как биологической машины, запрограммированной на выживание и склонной к разного рода логическим отклонениям и иррациональному поведению.

Создавая городскую среду, невозможно игнорировать связь человека с той средой, в которой происходило его формирование более 70 тысяч лет назад, а также механизмы функционирования его нервной системы.

Рассмотрим несколько наиболее перспективных подходов и теорий, а также способы интеграции и эффекты от их внедрения в городской среде.

Начнем с новых правила формирования привлекательного общественного пространства. Один из них – это правило обзора и укрытия. Доказано, что горожане чувствуют себя наиболее комфортно в среде, в которой они могут видеть и контролировать окружение, но при этом не быть на виду. Этим объясняется концентрация людей по периметру парков и площадей.

Другое правило связано с преимущественной привлекательностью ландшафтов Восточной Африки, что опять же является эффектом условий, в которых формировался человек.

Другой важный фактор – это то влияние, которое оказывает на человека природа и природные пейзажи. Предпосылкой исследования такого влияния стали работы Роджера Ульриха. Ученному удалось обнаружить, что темпы

выздоровления пациентов, которые могли наблюдать природные пейзажи оказались выше, чем пациентов, лишённых этой возможности. Было отмечено позитивное влияние на когнитивный аппарат и снижение нервного напряжения. Позже новые исследования показали, что люди, находящегося в среде «зеленых» городов и районов имеют более высокие показатели удовлетворённости качеством жизни, более низкий уровень агрессии и более низкую склонность к различного рода преступлениям. В такой среде люди более часто идут на социальные контакты и демонстрируют более высокую степень социальной сплоченности.

Однако какие конкретно параметры отвечают за привлекательность тех или иных пространств и возможно ли добиться тех же благоприятных эффектов, не прибегая к использованию реальных объектов природы, заменив их изображениями и пейзажами, например, проецируемыми на экраны?

На этот счет существует две теории. Суть первой теории объясняет привлекательность ландшафтов математической структурой, а именно фрактальными свойствами. Фрактальная размерность природных пейзажей лежит в диапазоне от 1,3 до 1,5 и именно этот диапазон оказывается наиболее привлекательным для человека. Причем установлена одинаковая привлекательность как природных пейзажей, так и абстрактной графики одной фрактальной размерности.

Согласно другой теории главный фактор привлекательности - это спектр мощности изображения или масштабная инвариантность. Подтверждением данной теории стало то, что зрительная система человека имеет сеть нейронов, отвечающих за восприятие масштабной инвариантности.

Однако с воспроизведением эффекта, оказывающего восстановительное действие на когнитивный аппарат, ситуация обстоит сложнее и связана она с эффектом параллакса. Такой эффект не достигается, если люди смотрят на изображение на мониторе, так как не происходит смещение изображения относительно наблюдающего. Однако подобные эффекты могут быть воспроизведены с помощью технологии дополненной и виртуальной реальности.

Воспроизведение подобных эффектов даст широкие возможности трансформации города и общественного пространства с целью перенаправления потока горожан и снижения психологического напряжения. Особенно в городе Кемерово, так как для города характерна высокая степень монотонности городской застройки, что приводит к созданию монотонной, некомфортной и эстетически непривлекательной городской среды, способствующей появлению чувства психологического дискомфорта, обостряющегося на фоне суровых климатических условий. Следствием становится стремление жителей проводить досуг в более привлекательных и комфортных частях города, что повышает нагрузку на транспортную инфраструктуру, а при росте благосостояния жители некомфортных районов

будут переезжать в более комфортные части города. Недвижимость будет покупаться горожанами с более низким уровнем дохода. Это приведет к концентрации маргинальных горожан на определенных территориях, что негативно скажется на стоимости недвижимости и привлекательности города. Преодолеть данную негативную тенденцию можно с помощью воспроизведения масштабной инвариантности на фасадах зданий.

Благодаря этому станет возможным перенаправить потоки горожан в нужных направлениях. Приоритетными должны стать улицы и проспекты, имеющее хорошо развитую транспортную и торговую инфраструктуру, например, проспект Ленина, Бульвар строителей, Советский проспект. Это позволит равномерно распределить потоки горожан и снизить нагрузку на транспортную инфраструктуру. Концентрация потока и его близость к торговой инфраструктуре благоприятно скажется на бизнесе, приведет к повышению налоговых поступлений во внебюджетные и бюджетные фонды, за счёт повышения товарооборота, повышения стоимости недвижимости, её кадастровой стоимости, а следовательно, налогов и арендных платежей. За счёт этого станет возможно покрыть затраты, связанные с реализацией масштабной инвариантности фасадов зданий.

Однако перенаправление потока и его концентрация приведет к появлению в городе малолюдных улиц и общественных мест. В контексте урбанистики пустое общественное пространство и пустые улицы ассоциируется с неудачей проектирования города. Однако часть жителей города вынуждены находиться в ограниченном пространстве с другими людьми. Для таких людей свойственно стремление искать уединения в общественных местах даже несмотря на то, существует существенная проблема с безопасностью таких пространств.

Теоретически масштабная инвариантность позволит создать большее безопасных и малолюдных общественных мест, и улиц, что способно снизить уровень преступности и положительно отразиться на психологическом состоянии данных категорий горожан.

Следующим моментом в формировании городской среды города станет создание общественных пространств, которые смогут стать дополнительными центрами притяжения. Для соблюдения принципа экономической целесообразности на первом этапе не все общественные места города могут быть трансформированы в соответствие с описанными выше идеями.

Общественное место должно стать не только привлекательным местом, но и коммерчески выгодным с точки зрения финансирования местом. Для этого необходимо создать на территории публичного места ландшафт, напоминающий саванну или классический английский парк при соблюдении правила обзора и укрытия. Это позволит перенаправить потоки с улиц масштабной инвариантности в общественное место.

Однако в современных условиях не все формы бизнеса возможно успешно интегрировать в такое пространство. Одна из наиболее перспективных идей состоит в формировании пространства как лаборатории человеческих эмоций.

Люди часто следуют одними и теми же маршрутами, прибывают в один и те же пункты для совершения рутинных, запрограммированных действий, что переводит мозг в «спящий режим». Для выхода из данного режима требуется выплеск адреналина или получение определённых нестандартных эмоций.

Цифровизация и доступ человека к новым технологиям привели к тому, что человеку требуется более сильные эмоции, которых невозможно достичь классическими методами. Такой лабораторией могли бы стать такие общественные места как Комсомольский Парк и Парк Чудес. Однако они морально устарели и не могут отвечать новым требованиям современного города. Один из способов достижения более сильных эмоций - это создание в общественных местах зон, в которых посетитель сразу же попадает в виртуальную иммерсивную реальность, призванную дать возможность отключиться от реальности.

Аналогичная ситуация сложилась и с музеями. Людям требуется более мощное и эффектное эмоциональное воздействие музеев для сохранения их привлекательности. С этой задачей можно справиться, интегрировав технологии дополненной и виртуальной реальности, так как для людей не имеет значения материален объект или нет, если его нельзя отличить от реального. Это позволит достигнуть описанных выше положительных эффектов, а также высвободить пространство занятое устаревшей инфраструктурой сферы развлечений.

Реализация подобного проекта потребует разработку законодательства, направленного на стимулирование развития новых форм бизнеса в общественном пространстве через налоговые и иные льготы. Даже в случае масштабных налоговых льгот. Проект будет выгоден для бюджета, так как существенно повысит стоимость территории, а следовательно, иные налоговые поступления.

Таким образом, получится создать не только привлекательную и безопасную для человека городскую среду, но эффективную с точки зрения коммерциализации.

Литература

1. Коллин Эллард Среда обитания. Как архитектура влияет на наше поведение и самочувствие [Текст] / Коллин Эллард – Москва: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕ, 2017. – 418 с.
2. Гейл Ян Города для людей [Текст] / Гейл Ян - Москва: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕ, 2017. – 276 с.
3. Sotiris Vardoulakis, Keith Dear, Paul Wilkinson Challenges and Opportunities for Urban Environmental Health and Sustainability: the HEALTHY-POLIS initiative [Электронный ресурс] // Environmental Health – 2016. -№10. – режим доступа: <https://ehjournal.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12940-016-0096-1>

УДК 796:338

**ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ДЕВЕЛОПЕРСКИХ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ И СПОРТА**

А. Н. Петрова

Кафедра региональной и отраслевой экономики
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
Useless_Alena@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена оценке социально-экономической эффективности девелоперских проектов в период эксплуатации, которые позволяют решить главную задачу девелопмента крупных спортивных сооружений – достижение уровня самоокупаемости инвестиционного проекта, а также необходимостью анализа и увеличению эффективности девелоперских проектов в современных актуальных условиях.

Ключевые слова: физкультурно-оздоровительный комплекс, оценка эффективности, девелопмент.

На сегодняшний день проблема социально-экономической эффективности управления недвижимостью является актуальным объектом обсуждения на различных уровнях. Основной целью системы управления является наиболее исчерпывающее применение уже имеющихся характеристик объекта недвижимости для получения прибыли при уменьшении текущих затрат на поддержание его функциональности.

Под термином «девелопмент» подразумевается деятельность по развитию объекта в направлении увеличения его стоимости. Проект - система целей, создаваемая или улучшаемая для реализации процессов и ресурсов.

Наибольший интерес в данном аспекте представляет физкультурно-оздоровительный комплекс (ФОК) для более эффективной эксплуатации и увеличения его рентабельности. ФОК — это объект, созданный для осуществления занятий физической культурой и спортом. Под физической культурой понимаем - совокупность духовных и материальных ценностей, создаваемых и используемых обществом в целях физического развития человека, совершенствования его двигательной активности, направленная на укрепление его здоровья и способствующая гармоничному развитию личности. Спорт является социально-культурной деятельностью, которая реализуется в виде соревнований, а также в форме подготовки к участию в соревнованиях.

Строительство и дальнейшее развитие сети объектов физкультурно-оздоровительных комплексов является одним из существенных стратегических направлений реализации программы социально-

экономического развития Кемеровской области. В 2020 году физической культурой и спортом было охвачено 1063,8 тыс. человек, что составляет 48% от населения Кузбасса. В спортивные группы и секции приходят заниматься 585,6 тыс. человек.

На сегодняшний день в регионе функционируют 5124 спортивных объекта, в том числе 33 стадиона на 1,5 тыс. мест и более; 232 спортивных зала; 112 плавательных бассейна; 4747 плоскостных спортивных сооружений. В Кузбассе находится 21% сооружений Сибирского федерального округа.

В Кемеровской области каждый год проводят более 12 тыс. мероприятий, в которых соревнуются более 250 тыс. спортсменов. В сборных командах России участвуют 236 спортсмена из городов и районов региона.

Опираясь на данные единовременной пропускной способности объектов спорта, показатель оснащения населения спортивными объектами в 2020 году составил 67,6%. Данный уровень, по сравнению с 2017 годом, вырос на 30,4 п.п. Доля населения, которая систематически занимается физической культурой и спортом, возросла с 29,8% в 2017 году до 48% в 2020 году. Соотношение обеспеченности спортивными объектами к доле населения систематически занимающихся спортом в регионах Сибирского федерального округа в 2020 год представлены на рисунке.

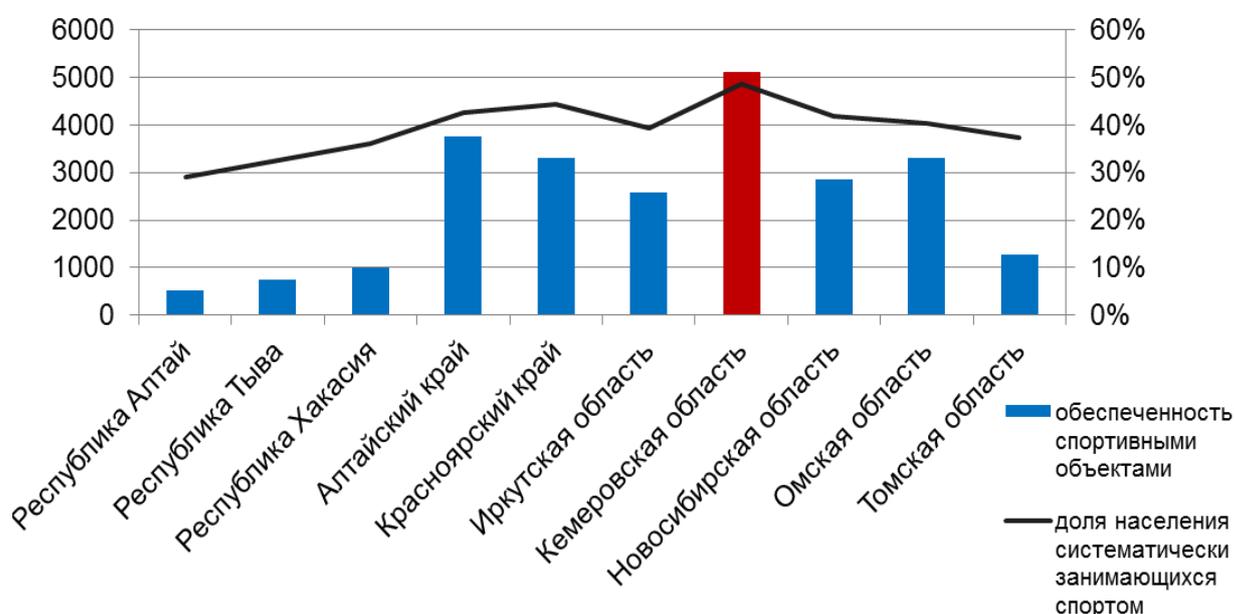


Рис. Обеспеченность спортивными объектами и доля населения систематически занимающихся спортом, 2020 год

Из рисунка следует, что по обеспеченности спортивными объектами и долей населения, систематически занимающихся спортом, Кемеровская область занимает лидирующие позиции. Планируется к 2035 году увеличение доли граждан, занимающихся физической культурой и спортом с 48% до 55% [1].

Что касается вопросов строительства спортивных сооружений, то в первую очередь, встает вопрос их финансирования. В настоящее время большое внимание уделяется проблемам поиска источников и методов финансирования девелоперских проектов. Из-за необходимости огромных денег на строительство, постоянных расходов на техническое обслуживание и вспомогательные нужды, проект почти всегда нуждается в помощи со стороны государства. Финансирование осуществляется за счет государственных источников, гарантов заемных средств и собственных источников.

Строительство новых спортивных сооружений направлено не только на вовлечение местного населения в спорт, а также нацелено на стимулирование градостроительства, изменение имиджа и экономической перепланировки города [2]. Можно выделить три возможных сценария относительно месторасположения нового спортивного объекта, в том числе: центр города, окраина города и прилегающие районы. В предыдущей тенденции, по мере децентрализации городов, происходила и децентрализация спортивных сооружений. В 20 веке главной тенденцией в спорте являлось строительство объектов на загородных участках. Однако, объекты обладали меньшим потенциалом для общества и перестали пользоваться спросом. Поэтому, создание новых спортивных сооружений на территории города обладает большим потенциалом на успех.

Результат, представленный в таблице, ожидаемый от формирования на территории Кемеровской области спортивной инфраструктуры можно назвать мультипликативным, выражающийся как социальными, так и экономическими результатами.

Таблица 1

Социально-экономический эффект спортивных объектов

Социальный эффект	Экономический эффект
<ul style="list-style-type: none">• организация резервных рабочих мест;• сокращение общего уровня безработицы в Кузбассе;• вовлечение населения в занятия физической культурой и спортом - ЗОЖ;• снижение заболеваемости, преступности, негативных социальных моментов;• улучшение характера подготовки спортсменов в детско-юношеских спортивных школах в	<ul style="list-style-type: none">• улучшение уровня работы персонала сферы услуг, формирование туристической инфраструктуры на актуальном уровне;• постройка инновационных спортивных сооружений, которые способствует продвижению спорта;• поступление дополнительных инвестиций в экономику Кемеровской области в формирование смежных отраслей и видов деятельности;

Кузбассе.	• совершенствование предпринимательства.
-----------	--

Прежде, чем оценить социально-экономическую эффективность, необходимо определить сущность социальной и экономической эффективности, а затем выразить их показатели. Определение «социальной эффективности» предлагает Карнейчик В.В.: «эффективность эксплуатации спортивного сооружения (его компонента) при удовлетворении надобности профессионального и массового спорта в физкультурно-оздоровительных и спортивных услугах» [3]. Социальную эффективность исследуют по показателям: фактический общий объем предоставленных физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг; фактический объем предоставленных социально значимых льготных услуг за период; пропускная способность спортивного объекта или игровой спортивной зоны здания; фактическое число зрительских мест; фактическое число реализованных билетов на развлекательные мероприятия за период. Под определением «экономическая эффективность» подразумевается эффективность эксплуатации спортивного сооружения (его компонента), которая складывается из соотношения полученных данных финансово-хозяйственной деятельности, взаимосвязанных с объектом, понесенных убытков в периоде и ресурсов, которые участвовали в достижении отмеченного экономического результата. Система социальных и экономических показателей способствует получению более полной и объективной информации о деятельности спортивных сооружений, и обеспечивает возможность анализа социальной и экономической эффективности предоставления отдельных видов спортивных услуг, а также для оценивания эффективности эксплуатации спортивного объекта в общей сложности. Подвергая анализу всё вышесказанное, можно сделать вывод о том, что для получения максимальной прибыли от использования объекта недвижимости, следует обращаться к рациональному решению вопросов по эксплуатированию здания.

Литература

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://kemerovostat.gks.ru/> (дата обращения: 25.03.2021).
 2. Лавриненко, А. Р. Анализ эффективности эксплуатации физкультурно-спортивных сооружений / А. Р. Лавриненко // Бухгалтерский учет и анализ. – 2012. – № 6. – 23-34 с.
 3. Карнейчик, В.В. Особенности определения социальной эффективности функционирования объектов спортивной инфраструктуры // Экономическая наука сегодня. - 2018. - №8. – С. 298-306.
- Научный руководитель – к.т.н., доцент Мустафина А.С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 332.122

КОВОРКИНГ КАК ФОРМА ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

К. М. Исмадова, Д. А. Очилова

Кафедра региональной и отраслевой экономики
ФГБОУ ВО «Кемеровский Государственный Университет»
ismatova.karina@mail.ru, dinaochilova@gmail.com

Аннотация: В данной статье отражена краткая информация о понятии коворкинг-центра как места для комфортной и удобной работы при помощи digital-пространства. Поднимается вопрос актуальности открытия коворкинг-центра в г. Кемерово на основе аналитических данных за прошлый год и фактических тенденций как в городе, так и в стране в целом. Отмечен рост спроса на аренду офисной недвижимости, вследствие перехода многих работников на удаленную работу. Проведена работа по расчёту необходимых инвестиций для открытия коворкинг-центра в г. Кемерово.

Ключевые слова: коворкинг, коммерческая недвижимость, инвестиции.

В современную жизнь российского общества проникает все больше медиа и информационных технологий, способствующих формированию социальной интеграции коворкингов для конструирования рабочего пространства. Эти пространства представляют собой совместные офисы, где люди, сидящие за соседними столами, работают в разных компаниях, часто в разных отраслях и часовых поясах, используя компьютер.

По результатам опроса, проводимого журналом «Workspace» с марта по июнь 2020 года 75% компаний, стали работать онлайн [1]. А число размещенных вакансий с пометкой «удаленная работа» с апреля по август 2020 года возросло на 77%, чем за аналогичный период 2019 года. Это составляет 72 тысячи размещенных вакансий на сайте hh.ru. А вот малый и средний бизнес, особенно в розничной торговле, перейдя в онлайн, могут и не вернуться в офлайн.

С начала 2020 года спрос на удаленную работу возрос. Поэтому актуальным на сегодняшний день становится организация рабочего места удаленной работы. Организация такого пространства для большого количества людей возможна в коворкинг-центре.

Коворкинг – это и физическое место работы, и форма взаимодействия людей различных профессий и специальностей. Простыми словами: «Коворкинг-центр – это пространство, где каждый может найти для себя временное или постоянное рабочее место». Преимуществом коворкинг-центра является наличие компьютеров, принтеров, ксерокса, безграничный доступ к сети wi-fi, уединенное пространство для работы, а также наличие

кофе-автомата и снеков – всего того, что необходимо для работы удаленно [2].

Суть коворкинга заключается в том, что в одном здании собираются фрилансеры, люди, перешедшие на удаленную работу, а также целые офисные отделы, молодые предприниматели. В современных коворкинг-центрах присутствуют индивидуальные рабочие зоны, а также рабочие пространства на несколько человек, переговорные комнаты, конференц-залы, зоны отдыха и даже капсульные-отели.

Во второй половине 2020 года доля объектов, предложенных к продаже на вторичном рынке коммерческой недвижимости в Кемеровской области, сократилась с 13% до 11%. По прогнозам стоимость коммерческой недвижимости в 1 квартале 2021 года возрастет [3]. Поэтому для офисов выгоднее будет арендовать коммерческую недвижимость, чем покупать. Однако арендовать целый офис иногда невыгодно из-за расходов на содержание, покупку оборудования. Работа в коворкинг-центре с небольшой стоимостью аренды рабочего места и предоставленным оборудованием будет выгоднее всего.

В городе Кемерово имеются несколько коворкинг-центров по следующим адресам: ул. Дзержинского, 19 (библиотека им. Федорова), коворкинг «Бульвар» (б-р Строителей, 53), бизнес-центр на Сарыгина (Сарыгина, 27), Кузбасский технопарк (Сосновый бульвар, 1), Деловой центр – аренда помещений (Клары Цеткин, 188, Б), Коворкинг-центр (Арочная, 41). Преимуществами данных коворкинг-центров является расположение в разных районах. Но у них есть и недостатки. Многие из них – это аренда офисов для компаний, а также режим работы. Также сама обстановка внутри не вызывает положительных эмоций и настроения на работу, так как во многих центрах нет полностью оборудованных рабочих мест, нет возможности выпить чашку кофе или чая, чтобы отдохнуть между работой. Не все предлагают светлое помещение со стильным ремонтом и комфортной мебелью. Поэтому при выборе места коворкинг-центра нужно учитывать расположение (центральный или спальные районы), а также уделить внимание интерьеру и оборудованию для работы.

Учитывая те факты, что увеличивается количество людей, работающих онлайн, фрилансеров, молодых предпринимателей, а соответственно и увеличивается спрос на пространство, создающее все необходимые условия для работы. К тому же стоимость покупки коммерческих помещений постепенно возрастает, можно сделать вывод, что коворкинг-центр в г. Кемерово является актуальной идеей для нового стартапа. Ко всему вышесказанному можно добавить, что в данном городе нет коворкинг-центров, в которые можно было бы просто зайти и начать работать, не принося с собой различную технику, еду для перекуса.

Для открытия коворкинга необходимы вложения во многие направления. Так, к статьям расходов можно отнести аренду помещения,

которая составляет примерно 100 000 - 150 000 руб./мес. В данном офисе необходимо будет сделать ремонт, стоимость которого оценивается в 300 000 руб. Покупка мебели и оборудования выйдет на 600 000 руб. Различные запчасти, инструменты и прочие оборотные активы обойдутся в 50 000- 70 000 руб. Помимо этого, необходимо будет зарегистрировать бизнес. Получение разрешения на ведение деятельности составит около 15 000 руб. Также необходимо учесть и рекламную компанию, которая поможет в продвижении организации, в 50 000 руб./мес., услуги маркетолога (от 30 000 руб./мес.), создание сайта (40 000 руб.). В итоге сумма, необходимая для стартапа составляет больше миллиона (1 255 000 руб.).

Текущие расходы состоят из: заработной платы сотрудникам, около 150 000 руб./мес., плата за интернет и коммунальные услуги определены как 10 000 руб. Расходы на рекламу- 20 000 руб./мес. и прочие расходы составят 5 000 - 7 000 руб./мес. В результате приблизительных подсчетов, выявили, что ежемесячные расходы коворкинг центра составят 235 000 руб./мес. Примерная выручка составит 32 470 тыс. руб., прибыль составит примерно 6 854 тыс. руб.

Таким образом, информационные технологии выступают в качестве инфраструктуры в развитии коворкинг-центров, обеспечивая доступом к высокоскоростному интернету и сопутствующими услугами: арендой переговорных комнат, арендой офисной оргтехники, канцелярскими принадлежностями, проекторами, демонстрационными досками, удобной офисной мебелью.

Литература:

1. 75% компаний перешли в онлайн: как экономический кризис повлиял на заказчиков digital-услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://workspace.ru/blog/75-of-companies-moved-to-online/> (Дата обращения: 26.02.2021).
2. Без отдыха и опозданий: почему увеличился запрос на удаленку [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/business/2020/08/25/13211443.shtml?updated> (Дата обращения: 26.02.2021).
3. Мустафина, А.С., Конова И.Г. Оценка доступности коммерческой недвижимости в городе Кемерово в современных условиях / Конкурентный потенциал региона: оценка и эффективность использования: сборник статей XI Международной научно-практической конференции (Абакан, 12–13 ноября 2020 г.) – Абакан: Издательство ФГБОУ ВО «Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова», 2020. – С.225-226.
Научный руководитель: канд, техн., наук, доц. Мустафина А.С.

УДК 004:[504+332.1]

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОДИАГНОСТИКЕ ТЕРРИТОРИИ

Я.А. Железнов

Кафедра региональной и отраслевой экономики
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

yaroslav_zheleznov_93@mail.ru

Аннотация. В данной научно-исследовательской статье представлены основные результаты проведённого анализа возможности применения цифровых технологий в экологической диагностике (экодиагностике) территории. Рассмотрена возможность использования геоинформационных систем (ГИС) в различных исследованиях по геоэкологической оценке территории. Обоснована необходимость внедрения цифровых технологий при проведении анализа и оценки геоэкологического состояния территории. Сделан вывод о том, что применение цифровых технологий в экодиагностике поможет повысить эффективность экологической деятельности, а также позволит обществу лучше понимать процессы, протекающих в геоэко системах, визуализировать информацию и открывать новые горизонты в научных исследованиях.

Ключевые слова: цифровые технологии, экодиагностика территории, экодиагностика, геоэкологическая оценка, геоинформационные системы, ГИС, дистанционное зондирование, региональное управление.

В эпоху мировой цифровой трансформации происходит интеграция цифровых технологий во все аспекты нашей жизни, в том числе и в экономику регионов и организаций. Сегодня цифровые технологии открывают новые возможности для регионального и организационного управления. Они позволяют мгновенно доставлять, синтезировать и обрабатывать огромное количество информационных данных. Это создаёт бесценные возможности для управления различными ресурсами и минимизирования экологических рисков. Кроме того, цифровые технологии позволяют визуализировать многие технологические и экологические процессы, в том числе создавать различные интерактивные карты и веб-порталы. В современный период цифровые технологии оказывают существенное влияние на региональное стратегирование в сферах экономического развития и обеспечения экологической безопасности. Ведь в качестве одного из примеров стратегической экологической оценки рассматривают оценку геоэкологического состояния той или иной территории, которая направлена на дальнейшее создание региональной стратегии социально-экономического развития. В свою очередь оценку геоэкологического состояния проводят по средствам экологической диагностики (экодиагностики) территории. Благодаря массовому внедрению геоинформационных (ГИС) технологий, относительно высокой скорости получения дистанционных данных зондирования Земли и возможности многократной съёмки в разных спектральных диапазонах одних и тех же территорий во времени появляется возможность оперативного изучения и прогнозирования экологических процессов, а также разработки комплекса

природоохранных мероприятий и принятия определённых региональных управленческих решений. Кроме того, на основе полученных результатов появляется возможность создания цифровых (интерактивных) космокарт экологического портрета территории на базе управленческой платформы, которая в дальнейшем позволит оценивать, как в принципе может меняться экологическая нагрузка на отдельно взятую территорию.

Интеграции многих цифровых технологий, включая методы дистанционного зондирования Земли (ДЗЗ), способствует созданию системы наблюдения и мониторинга за природными ресурсами, охватывающую значительные территории. ГИС-технологии дают возможность поддерживать систему передачи данных о биоразнообразии, ареалах животных и растений, а также антропогенно-техногенном воздействии, позволяя удаленно получать и анализировать информацию в режиме реального времени. Данная информация помогает оценивать популяцию и состояние среды территории.

Цифровые технологии успешно используются при ретроспективной оценки состояния ландшафтов в зоне влияния горнодобывающей промышленности, проведении сравнительного анализа, отслеживании любых нарушений или изменений на территориях, оценке состояния почвенно-растительного покрова. Также при помощи ГИС-технологий осуществляется изучение состояния лесной растительности, что позволяет проводить мониторинг лесных массивов. По количественным и качественным характеристикам лесов оценивают естественное развитие биогеоценозов под воздействием антропогенно-техногенных процессов. К тому же цифровизация способствует моделированию лесомелиоративных работ [1].

С помощью ГИС-технологии представляется возможным проведение ландшафтно-эпидемиологической и гигиенической оценки территории [2, 3]. Так в научных трудах томских специалистов продемонстрировано использование космокартографической информации в антропоэкологических и эпидемиологических исследованиях ряда сибирских городов. Ими же была разработана методика использования аэрокосмической информации для выявления техногенных зон с различным уровнем воздействия [4]. Так появилась возможность оценивать уровень патологии отдельных городских территорий как в настоящем времени, так и прогнозировать его на 10 – 15 лет.

На основе результатов мультиспектральных аэро- и космических съёмок осуществляется оценка экономической ценности геоэкосистем, после чего полученные данные могут быть использованы для разработки соответствующих космокартографических материалов в геоинформационных системах как дополнение к земельному кадастру. На их основе можно оценивать величину издержек экосистемных услуг, в том числе связанных с биоразнообразием, при различных вариантах землепользования, включая размещение горнодобывающих разрезов или строительство жилой территории [5]. Кроме того, применение материалов дистанционного

зондирования территорий разных масштабных уровней способствует последовательной детализацией дешифровочной информации. Из этого следует, что на каждом последующем уровне будет уменьшаться глубинность получаемой информации, а её детальность – увеличиваться. При этом информация более высокого уровня генерализации наносится, с помощью геоинформационных программных продуктов, на слои, создаваемые по материалам более низких уровней для выявления слабоконтрастных зон (аномалий), которые могут прояснить сущность тех или иных природных или антропогенно-техногенных процессов, протекающих в геоэкосистемах.

Важным итогом экологической диагностики территории является создание тематических и обзорных цифровых космокарт. Итоговая интерпретационная цифровая космокарта основного масштаба будет являться своего рода экологическим портретом, который позволит в режиме реального времени оценивать экологическую нагрузку территории, ознакомиться с текущим состоянием производства на каждом предприятии, увидеть программу по природоохранным мероприятиям, а также узнать, какие наилучшие доступные технологии (НДТ) уже применяются, а какие только планируются к внедрению. Благодаря этому появляется возможность сформировать на основе космокартографических материалов и его цифровизации интерактивную управленческую платформу, которая будет полезна как для эффективной системы регионального управления, так и рационального природопользования. Цифровые космокарты управленческой платформы, в свою очередь, позволят оценивать, как в принципе может меняться экологическая нагрузка на отдельно взятую территорию. Кроме того, на основе экологического портрета появляется возможность разработки дорожных карт по переходу предприятий на принципы применения НДТ. Конечным результатом внедрения цифровой платформы для нужд природопользования должно стать снижение экологической нагрузки территории и повышение экологической эффективности действующей промышленности.

В заключении хочется сказать, что применение цифровых технологий в экодиагностике поможет повысить эффективность экологической деятельности, а также позволит обществу лучше понимать процессы, протекающих в геоэкосистемах. Кроме того, цифровые технологии дают возможность нам визуализировать информацию и открывать новые горизонты в научных исследованиях. В настоящее время в целях популяризации ГИС-технологий и обеспечения широкого круга пользователей данным инструментом работы с геоэкоданными разрабатываются и внедряются всё новые и новые веб-порталы и мобильные приложения (рис. 1).

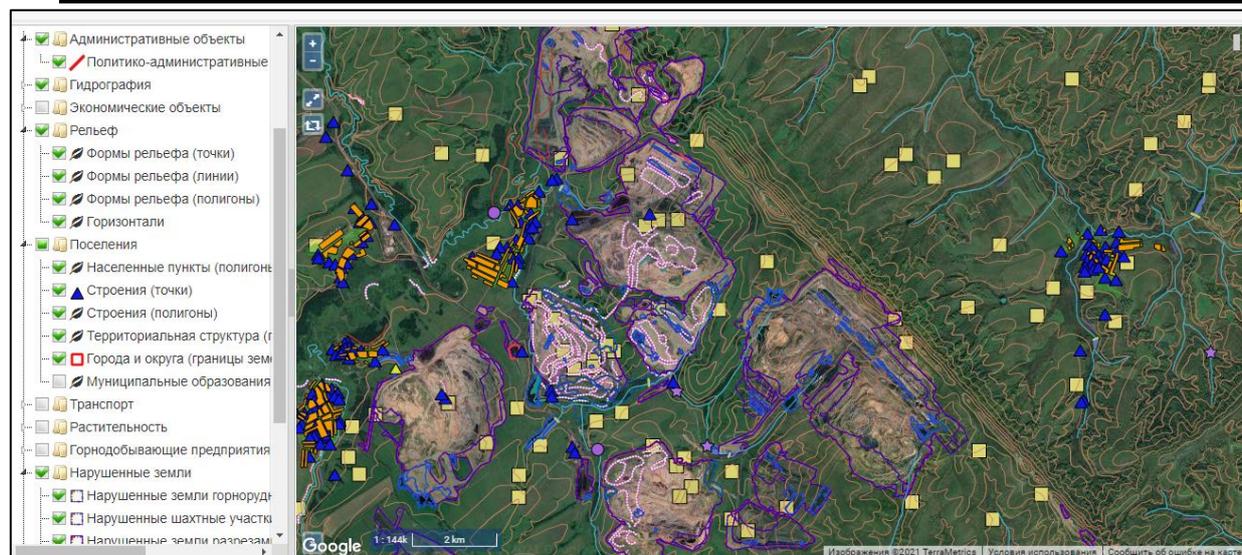


Рис. 1. Фрагмент интерфейса веб-портала интегрированной информационной системы «Сохранение биологического разнообразия Кемеровской области». Режим доступа: <http://biodiv.ict.sbras.ru:8080/redbook/>

Литература

1. Кусаинов А. Цифровые технологии – на службу экологии [Электронный ресурс] / Казахстанская правда. URL: <https://kazpravda.kz/fresh/view/tsifrovie-tehnologii--na-sluzhbu-ekologii> (дата обращения: 31.03.2021)
2. Казначеев В. П., Мелуа А. И. Возможности применения космических снимков Земли при ландшафтно-эпидемиологических исследованиях // Космические исследования антропоэкологической ситуации Сибири и Дальнего Востока. Новосибирск: 1982. С. 3 – 29.
3. Потапов А. И., Гильденскиольд Р. С., Винокур И. Л. Гигиенические аспекты космического картографирования и ранжирования территории России (проблемы и пути реализации) // Здоровоохранение Российской Федерации. 1992. Т.2. С. 18 – 21.
4. Волкотруб Л. П., Новиков Ю. В., Васильев Н. В. Использование аэрокосмической информации в антропоэкологических и эпидемиологических исследованиях // Аэрокосмические методы в геоэкологии. Киев: Наукова думка, 1992. 205 с.
5. Экологический доклад о выполнении стратегической экологической оценки «Комплексной программы социально-экономического развития Новокузнецкого муниципального района до 2025 г.». Новокузнецк: ИнЭКА. 2017. 130 с.
Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Мекуш Г. Е.

УДК 330

**БАНКОВСКИЕ ЦИФРОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ (НА ПРИМЕРЕ «СБЕР»
И «ТИНЬКОФФ»)**

Е.А. Баскакова, О.А. Вертопрахова

Кафедра региональной и отраслевой экономики
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
elena.baskakova18@yandex.ru
o.vertop@mail.ru

Аннотация. Актуальность темы состоит в том, что российские коммерческие банки активно внедряют цифровые экосистемы. Современный банк представляет собой набор онлайн сервисов, оказывающих финансовые, а также нефинансовые услуги своим клиентам, с целью привлечения дополнительного дохода. В статье использовались статистические методы исследования: наблюдение, сравнительный анализ. В качестве базы исследования использовался опыт крупнейших банков России ПАО «Сбербанк» и АО «Тинькофф Банк». Цель исследования – выявить особенности действующих экосистем Сбер и Тинькофф, раскрыть их состав и конкурентные преимущества. В заключении авторы делают выводы о том, что цифровые экосистемы позволяют удержать лояльных клиентов, а также увеличить их количество.

Ключевые слова: экосистемы, банки, цифровизация, цифровые технологии, экосистема банков.

Экосистема банка представляет собой набор онлайн сервисов, целью которых является полное удовлетворение повседневных запросов пользователей. Функциональность и быстрдействие сервисов помогает банкам одерживать конкурентное преимущество перед другими коммерческими банками. Расширяя и совершенствуя экосистему банк способен увеличить собственную прибыль за счет продажи дополнительных и сопутствующих услуг.

Два самых главных конкурента в банковской цифровой экосистеме: Сбер и Тинькофф. Для иллюстрации объема экосистем и функциональной направленности используемых сервисов можно обратиться к опыту этих банков. В таблице 1 приводится состав экосистемы Сбера и Тинькофф Банка.

Таблица 1

Сравнительный анализ состава цифровых сервисов в банковских экосистемах Сбера и Тинькофф

	Названия цифровых сервисов	Сбер	Тинькофф
1	Заказ еды и товаров	✓	✓
2	Перевод денег и оплата	✓	✓
3	Банковское обслуживание	✓	✓
4	Инвестирование	✓	✓

Секция: «Экономика регионов и организаций в эпоху цифровой трансформации»

5	Развлечения	✓	✓
6	Здоровье	✓	
7	Путешествия	✓	✓
8	Поиск жилья	✓	
9	Отправка посылок	✓	
10	Страхование	✓	✓
11	Купля-продажа авто	✓	
12	Поиск такси	✓	
13	Поиск работы	✓	
14	Виртуальный ассистент	✓	✓
15	Образование	✓	✓
16	Оператор связи	✓	✓
17	Сервисы для бизнеса	✓	✓
18	Заказ услуг	✓	✓

Составлено авторами по материалам Экосистема – СберБанк [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sberbank.com/ru/eco> (дата обращения: 25.03.2021), Тинькофф Банк [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.tinkoff.ru/about/> (дата обращения: 25.03.2021)

По составу сервисов лидирует экосистема Сбера: банк предлагает 18 сервисов по различным направлениям интересов своих клиентов. Тинькофф Банк использует 12 из 18 (67%) цифровых сервисов и явно проигрывает Сбере. Кроме того, можно отметить, что в некоторых сервисах, таких как «Развлечение» и «Заказ еды и товаров» у Сбера больше возможностей, чем у Тинькофф. Например, в «Развлечениях» Сбера можно оформить подписку в онлайн-кинотеатр, купить билеты в кино, театр и на различные мероприятия, есть стриминговый сервис (СберЗвук), а Тинькофф предоставляет только покупку билетов на мероприятия. Для заказа еды или товаров в Сбере необходимо выбрать любой магазин из представленных 40 (например, АШАН, Лента, METRO) и способ оплаты, а Тинькофф предлагает доставку только из «Азбуки Вкуса», которая доступна только жителям Москвы и Санкт-Петербурга.

Количество активных частных клиентов в России у Тинькофф Банка и у Сбера с каждым годом увеличивается, поскольку оба банка активно развиваются и постоянно улучшают свой сервис, об этом свидетельствуют данные таблицы 2.

За последние 5 лет количество клиентов Сбера выросло на 19 %, с годовым приростом в среднем на 4,8%. В Тинькофф Банке количество клиентов за 5 лет увеличилось в 2,6 раза, с годовым приростом в среднем на 31,8%. Тинькофф Банк – третий банк страны и количество его клиентов в 2020 г. в 7,4 раза ниже, чем в Сбере. Но это не означает, что контингент клиентов, имеющийся у Тинькофф Банка, не нуждается в цифровых онлайн сервисах.

Таблица 2

Количество активных частных клиентов в России

	2016	2017	2018	2019	2020
Тинькофф Банк	5 млн	6,8 млн	7 млн	7,1 млн	13,3 млн
Сбер	83,2 млн	86,2 млн	92,8 млн	96,2 млн	98,9 млн

Составлено авторами по данным[1,2].

В 2016 году Сбербанк создал первую экосистему «ДомКлик» - сервис, предлагающий поиск недвижимости, с последующей возможностью оформления ипотеки. И уже в 2017 году годовая чистая прибыль банка увеличилась на 36,5%, а количество клиентов на 3,6% [1].

В мае 2018 Тинькофф запустил трэвел сервис - «Тинькофф Путешествия» и перезапустил брокерский сервис – «Тинькофф Инвестиции». В июне 2019 Тинькофф презентовал управляющую компанию «Тинькофф Капитал», которая предлагает клиентам БПИФы и собственные индексы.

Таблица 3

Годовая чистая прибыль, в рублях

	2016	2017	2018	2019	2020
Тинькофф Банк	11 млрд	19,0 млрд	27,1 млрд	36,1 млрд	44,2 млрд
Сбер	542 млрд	740 млрд	832 млрд	845 млрд	760 млрд

Составлено авторами по данным[1,2].

В итоге чистая прибыль Тинькофф увеличилась в 2019 году на 33,2%, а в 2020 году на 22,4% [2]. К 2020 году количество активных частных клиентов в России у Тинькофф Банка увеличилось на 87,3%. Сравнение годовых показателей чистой прибыли банков приведено в таблице 3.

Банки на данный момент не ограничиваются только предоставлением финансовых услуг – основным видом деятельности компании. А осваивают новые сервисы, развивают свои экосистемы, оказывая комплексные услуги нефинансового характера широкому кругу клиентов.

Экосистема выступает базой, которая объединяет партнеров и дочерние предприятия банка. Банк как основная платформа экосистемы ищет способы монетизации каждого клиента. [3].

Сбер лидирует по развитию экосистем по сравнению с Тинькофф и является главным конкурентом на рынке цифровых услуг. Цифровые сервисы дополняют основной банковский бизнес, выводя банк на новые рынки, увеличивая клиентские базы.

Расширяя свой набор опций и оказываемых услуг, банки повышают лояльность клиентов. Пользуясь одним ресурсом, потребитель экономит время, получая доступ к другим сервисам.

Литература

1. Годовой отчет Сбер 2020 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/_new_site/com/gosa2021/yr-sber-ar20-rus.pdf?_ga=2.71080656.1954000681.1616601726-421214877.1616601726 (дата обращения: 25.03.2021).
2. Годовой отчет АО «Тинькофф Банк» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=2989&type=5&attempt=1> (дата обращения: 25.03.2021).
3. Плескушина, М. С. Цифровая экосистема как элемент маркетинговой стратегии российских коммерческих банков [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=68279&p=attachment> (дата обращения: 25.03.2021).
Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Колесникова Е.Г.

УДК 31(470-43)

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Е.А. Доманова

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

liza.domanova56@gmail.com

Аннотация. В статье проанализированы индикаторы экономической безопасности и социально-экономические показатели, взятые за три года, по Кемеровской области. Проанализированы определения теоретической части и выявлены уровни угроз по всем сферам Кемеровской области.

Актуальность. Тема безопасности затрагивает все сферы деятельности, а также является неотъемлемой частью жизни, и по сей день. Безопасность актуальна как на предприятии, так и в стране, регионе и области. Выявление уровня угроз на конкретном примере для Кемеровской области поможет создать условия для их предотвращения и структуру, чтобы обезопасить область от данных угроз.

Ключевые слова: Безопасность, Кемеровская область, экономическая безопасность, индикаторы, социально-экономические показатели.

Экономическая безопасность является одним из приоритетных направлений Российской Федерации. Чтобы разобраться в значении термина «экономическая безопасность» обратимся к термину «безопасность». Безопасность – это состояние, при котором никто или ничто не угрожает субъекту. А также безопасность является одним из самых важных и значимых составляющих для существования, начиная от жизни человека и заканчивая целой страной.

Государственная безопасность включает в себя защищенность самого государства, страны в целом от внешних и внутренних угроз. Например, к глобальным угрозам России можно отнести международный терроризм, наркотрафик, организованную преступность, экологические и

Секция: «Экономика регионов и организаций в эпоху цифровой трансформации»

демографические проблемы, а также нелегальную миграцию, межгосударственные и гражданские войны и тому подобное. На данный момент времени, экономическая безопасность государства играет главенствующую роль в защите экономики страны и ее составляющих. Целями обеспечения безопасности государства являются:

- соблюдение законности;
- единство, взаимосвязь, сбалансированность всех видов безопасности государства;
- взаимная ответственность личности, общества и государства;
- контроль над реализацией всей совокупности действий по защите безопасности;
- приоритетность политических, экономических, правовых и информационных мер.

Региональная безопасность включает в себя состояние защищенности регионов и интересов международных объединений от внутренних и внешних угроз. А так же целью региональной безопасности является сохранение и устойчивое развитие регионов, наций, международных объединений.

Безопасность области включает в себя состояние защищенности областей и интересов городов от внешних и внутренних угроз.

Проанализируем показатели экономической безопасности на примере Кемеровской области.

Таблица 1

Социально- экономические показатели КО

Названия показателей	2019	2020	2021
Грузооборот автомобильного транспорта, млн.т-км	1779,6	66,4	57,7
Оборот розничной торговли, млрд. рублей	63,8	31,4	32,2
Объем платных услуг населению, млрд. рублей	29,6	10,1	10,0
Индекс потребительских цен, %	101,3	100,1	100,7
Индекс цен производителей промышленных товаров, %	100,1	102,3	102,6
На территории Кемеровской области зарегистрировано преступных посягательств	53768 (за 2018 год - 53089)	51730	За январь месяц больше 3000
Среднемесячная начисленная заработная плата одного работника:	47370	51768	55841

Секция: «Экономика регионов и организаций в эпоху цифровой трансформации»

номинальная, рублей			
Просроченная задолженность по заработной плате по видам экономической деятельности	98260	268063	277030
Численность официально зарегистрированных безработных (на конец декабря 2018г.), тыс. человек	21,2	18,2	44,8

Как можно заметить, по данным из Таблицы 1 в Кемеровской области произошло много изменений в период с 2019 года по сегодняшний день (2021 год).

На многие индексы оказал влияние вирус COVID-19, например, к 2021 году снизилось количество преступных деяний, поскольку многие граждане соблюдали самоизоляцию, но увеличился уровень наркотизации и алкоголизации населения. Также число безработных в периоде с 2019-21 год увеличилось на 23,6, это говорит о росте безработицы. *Появились в наличии задолженности по выплате заработной платы работникам предприятий (по сравнению с 19 годом задолженность выросла в 21 году аж на 178770), рост цен стал набирать обороты, появились протестные настроения, связанные с наличием нерешенных экологических и социальных проблем, а также миграционный отток населения из региона и сокращение его численности* (Миграционное сальдо в январе – ноябре 2020 года сложилось отрицательное (-3014 человек; убыло – 58862 человека, прибыло – 55848 человек.) за счет внутренней миграции (убыло – 54343 человека, прибыло – 49212 человек)).

Правительство Кемеровской области не бездействует, выделяются финансы на реализацию мероприятий правоохранительной направленности в рамках государственных программ. А также обсуждаются и запускаются программы по защите окружающей среды, например, государственная программы Кемеровской области - Кузбасса "Охрана, защита, воспроизводство, использование лесов и объектов животного мира Кузбасса" на 2017 - 2024 годы, региональный проект "Сохранение лесов", экологический проект «Сохраним леса Кузбасса» и прочее.

Литература

1. Информационно-аналитическая записка к отчету о деятельности полиции ГУ МВД России по Кемеровской области в 2019 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://42.xn--b1aew.xn--p1ai/document/20428257>
2. РОССТАТ Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gks.ru/region/doc11132/Main.htm>

3. Главное управление МВД России по Кемеровской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://42.xn--b1aew.xn--p1ai/slujba/Otcheti_pered_naseleniem/Otcheti_nachalnika_GU_MVD_Rossii_po_Keme/%D0%BE%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82-%D0%B7%D0%B0-2020-%D0%B3.
4. Панарина. М. М. Основы корпоративной безопасности организации: Учебник / М. М. Панарина. — М.: 2020. — 72 с.

УДК 658.512

ЦИФРОВОЙ ДВОЙНИК ПРЕДПРИЯТИЯ: ЦЕЛЬ СОЗДАНИЯ И ВОЗМОЖНОСТЬ ВИРТУАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

И.А. Балыкин

Кафедра региональной и отраслевой экономики
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
ilia.balykin@yandex.ru

В работе доказывается необходимость использования цифровых двойников в работе предприятия. Также предоставляется обоснование положительного эффекта экономического эффекта. В методологическую основу исследования включены методы системного подхода, обобщения и аналогии, аналитический, комплексно-факторный и другие методы.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровой двойник бизнес-модели, инновации, ресурсы.

1. Понятие концепция цифрового двойника предприятия.

Концепция цифровой двойника - это виртуальный объект, который точно копирует реальный продукт или же модулирует какую-либо инфраструктуру предприятия. С помощью «цифрового двойника» можно моделировать действия и развитие наблюдаемого объекта с максимальной реалистичностью.

В случае, когда предприятие не только производит, но и создаёт свою уникальную продукцию, будь то, например, машиностроение, то использование «цифровых двойников» позволяет смоделировать работу изделия в долгосрочной перспективе: показатели как прочности, так и надежности, и множество других технологических показателей, кои могут быть выполнены на цифровом двойнике изделия. Понимая основные проблемные области уже на стадии проектирования, инженеры могут вносить изменения еще до появления первых прототипов. Для производственных подразделений преимущества еще более очевидны.

Основная цель цифровых двойников производства и предприятия в целом – моделирование основных процессов и сценариев развития, а так же прогнозирование и ответ на ряд вопросов:

1. Оптимальность логистики производства;
2. Максимальный объем выпуска продукции;

3. Процент износа оборудования и его техническое и моральное состояние;
4. Варианты развития событий, в случае срыва поставок сырья и комплектующих;
5. Варианты развития ситуации, в случае отказа оборудования;
6. Варианты развития, в случае недокомплекта персонала;
7. Максимальная нагрузка на инфраструктуру предприятия;
8. Вероятность ЧП на предприятии.

Но наиболее эффективным способом является создание полноценного «цифрового двойника» предприятия, который представляет собой сплетение «цифрового двойника» изделия и «цифрового двойника» производства. Это позволит сократить процессы наладки производства или каких-либо мероприятий технического плана на серийном производстве без потери качества и объемом выпуска продукции.

Данная процедура позволяет максимально сократить негативное влияние потери производственных мощностей на этапе наладки или переналадки. Ведь «цифровой двойник» уже заранее смоделировал этот процесс без остановки производственного цикла и определил необходимые требования и условия для проведения запланированного мероприятия.

В тоже время моделирование цифровой модели изготавливаемой продукции (изделия) на модели предприятия позволяет создать виртуальный полный производственный цикл, который предусматривает все варианты развития и изменение логистики производства. А также «проиграть» все варианты и работы конвейерного производства, и, что бывает часто, создать свою собственную оптимизированную управляющую программу для роботов. Аналитика производства, оценка его параметров и проблем, и всё это происходит без остановки основного производства.

2. Этапы создания цифрового двойника

Внедрение или же создание цифрового двойника разделен на несколько строго определенных этапов:

1. Определение показателей проекта;
2. Формирование бюджета и сроков;
3. Назначение профильного персонала;
4. Непосредственное создание цифрового двойника;
5. Создание нормативов и правил, сначала в цифровом двойнике, а далее реализация на практике;
6. Постоянное наблюдение за работой как в цифровом двойнике, так и непосредственно на производстве.

Цифровой двойник достигает максимальной эффективности только в случае, если правильно определены и поставлены основные параметры и показатели. В качестве примера можно привести следующую реальную ситуацию – «клиент Connective PLM, изготавливающему металлопрокат и трубы, с помощью цифрового двойника удалось изменить логистику при

минимальных капитальных инвестициях и повысить производительность на 7%. С учетом затраченных на программное обеспечение и новое оборудование сумм, проект окупился уже через два рабочих дня».

Учитывая распространённость и эффективность цифровых двойников, можно привести достаточно много примеров их использования, но именно в России цифровые двойники активно вводятся в использования компаниями, работающие в области добычи и обработки полезных ископаемых, а также и в машиностроении.

3. Типовые проблемы при внедрении цифрового двойника

1. Основной и исключительной проблемой- это не отход от реализации поставленных бизнес-задач. Так как при создании цифрового двойника теряются основные параметры и условия, при которых должен функционировать цифровой двойник. Так, например, второстепенные процессы становятся приоритетнее основных процессов производства.

2. Предприятие - заказчик недооценивает или же переоценивает экономическую составляющую цифрового двойника. В результате чего предприятия вынуждено сокращать средства на его поддержку и обновление программного обеспечения.

3. Громоздкость и «неуклюжесть» цифровых моделей.

4. Отсутствие контроля со стороны ответственного персонала, что ведет к устареванию и потери цифрового двойника.

5. Неправильное проведение изменений.

Таким образом можно сделать вывод, что цифровой двойник предприятия является передовым и инновационным методом управления предприятием и производством, но способом прогнозирования всевозможных вариантов развития сценариев действий в рамках целого предприятия, так и в условиях цеха или отдела.

Литература

1. Соломенцев, Ю.М. «Цифровой двойник» производственной системы - перспективный инструмент повышения эффективности станочного парка машиностроительного предприятия / Ю.М. Соломенцев, Е.Б. Фролов // Станочный парк. - 2018. - № 8. - С. 36-39.
2. Фролов, Е.Б. Как добиться «прозрачности» производства, или Стандарты ИСО и промышленный софт на предприятии / Е.Б. Фролов, В.В. Крюков, Д.М. Тимофеев, А.В. Крюков // Генеральный директор. - 2010. - № 11. - С. 22-27.
3. Соломенцев, Ю.М. Планирование в современных системах управления производством / Ю.М. Соломенцев, Р.Р. Загидуллин, Е.Б. Фролов // Технология машиностроения. - 2010. - № 4. - С. 76-81.

Научный руководитель: доцент Е. Г. Колесникова

УДК 314.02

**АНАЛИЗ СТАТИСТИКИ СМЕРТНОСТИ И РОЖДАЕМОСТИ В
КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

А. И. Калашикова

Кафедра экономики и управления

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

anna16022001@mail.ru

В данной статье рассматривается анализ демографического состояния в Кемеровской области. Представлена динамика показателей рождаемости и смертности в Кемеровской области за 2010-2020 года, а также причины снижения и увеличения этих показателей. Суцность всех представленных материалов базируется на данных Росстата.

Ключевые слова: статистика, анализ, демография, рождаемость, смертность, естественный прирост, естественная убыль.

Естественный прирост (убыль) населения исследуются на протяжении многих лет. Так, в России за прошедший год сильно возросла смертность населения, к 1 января 2021 года численность составила чуть более 146,2 млн человек.

Цель исследования – статистический анализ смертности и рождаемости населения на территории Кемеровской области.

Актуальность темы обусловлена тем, что на основе статистического анализа проводится многочисленное количество социальных программ, основанных на поддержке и сохранности здоровья населения. Проблема демографического состояния, обусловленная ростом смертности, иногда даже превышением над рождаемостью, касается не только Кемеровской области, но и России в целом. Демография в России, которую регулярно публикует Росстат, удивляет своими показателями [1].

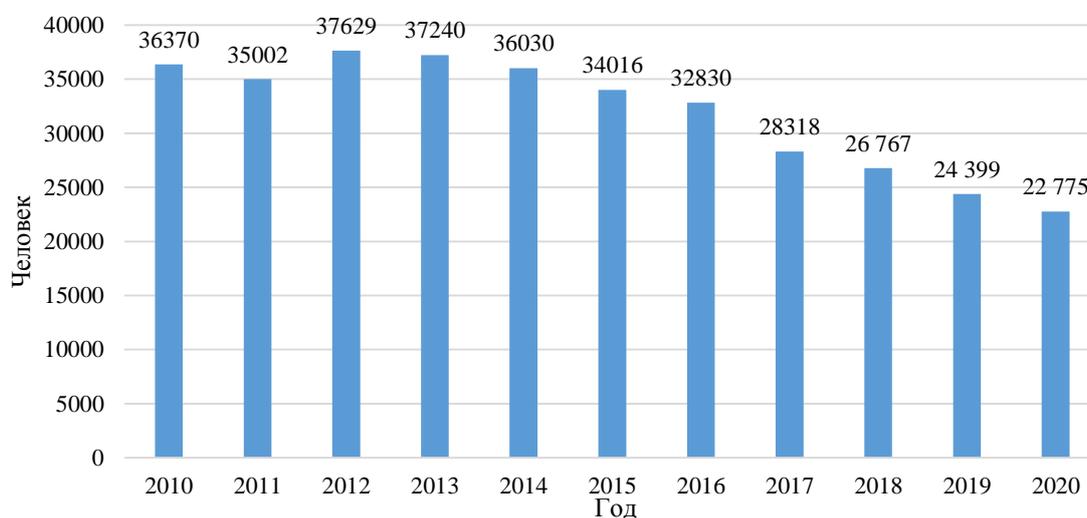
Рассмотрим в работе статистику смертности и рождаемости на примере Кемеровской области, а также проанализируем их динамику. Для статистического анализа будут использованы данные за последние 10 лет.

За последнее время демографическая ситуация в Кемеровской области серьезно изменилась. Если еще в 2013 году естественная убыль населения составила -1,0 на 1000 человек, то в 2020 году этот показатель снизился на 6,6 и достиг отметки -7,6.

Динамика рождаемости, смертности и естественного прироста населения в Кемеровской области

Годы	Всего			На 1000 человек населения		
	родившихся	умершихся	естественный прирост (убыль)	родившихся	умершихся	естественный прирост (убыль)
Все население						
2010	36 370	44 522	-8 152	13,2	16,1	-2,9
2011	35 002	42 719	-7 717	12,7	15,5	-2,8
2012	37 629	41 474	-3 845	13,7	15,1	-1,4
2013	37 240	39 979	-2 739	13,6	14,6	-1,0
2014	36 030	39 851	-3 821	13,2	14,6	-1,4
2015	34 016	39 459	-5 443	12,5	14,5	-2,0
2016	32 830	38 799	-5 969	12,1	14,3	-2,2
2017	28 318	38 151	-9 833	11,2	13,7	-2,5
2018	26 767	38 632	-11 865	10,0	14,4	-4,4
2019	24 399	38 077	-13 678	9,2	14,3	-5,1
2020	22 775	42 826	-20 051	8,6	16,2	-7,6

Динамика рождаемости в Кемеровской области за 2010-2020 гг.



■ Человек

Рис. 1 Динамика рождаемости в Кемеровской области за 2010-2020 гг.

Исследовав таблицу 1 и проведя анализ диаграммы (рис. 1), можно заметить, что уровень рождаемости в Кемеровской области был неравномерным. Так, начиная с 2013 года по 2020 год, количество

родившихся убывает. Еще в 2010 году показатель естественной убыли составлял -2,9 на 1000 человек, а уже через 10 лет этот показатель снизился до -7,6.

Такое снижение числа новорожденных можно охарактеризовать следующими причинами.

Первая причина – ухудшение репродуктивного здоровья населения. Репродуктивное здоровье является состоянием полного физического, умственного и социального благополучия, а не просто отсутствие болезней или недугов во всех сферах, касающихся репродуктивной системы, её функций и процессов. Женское репродуктивное здоровье зависит от следующих факторов: образ жизни, наследственность, заболеваемость органов и систем, профессиональных вредностей. В настоящее время происходит ухудшение репродуктивного здоровья женщин.

Вторая причина – отказ от деторождения. Женщины в возрасте от 20 до 35 лет не нуждаются в ребенке, ведь ребенок, по их мнению, мешает карьере, хобби и даже любви.

Третья причина – экономическая ситуация в стране. Люди не уверены в завтрашнем дне, где они будут работать через некоторое время, какая у них будет заработная плата, поэтому они не торопятся заводить детей.

Остается актуальной проблема распространения опасных заболеваний таких как: туберкулез, вирусный гепатит В и С, ВИЧ-инфекция, алкоголизм. Также высока угроза заболеваемости наркоманией, которая особенно распространена в возрастной группе 11–14 лет.

Динамика смертности в Кемеровской области
за 2010-2020 гг.

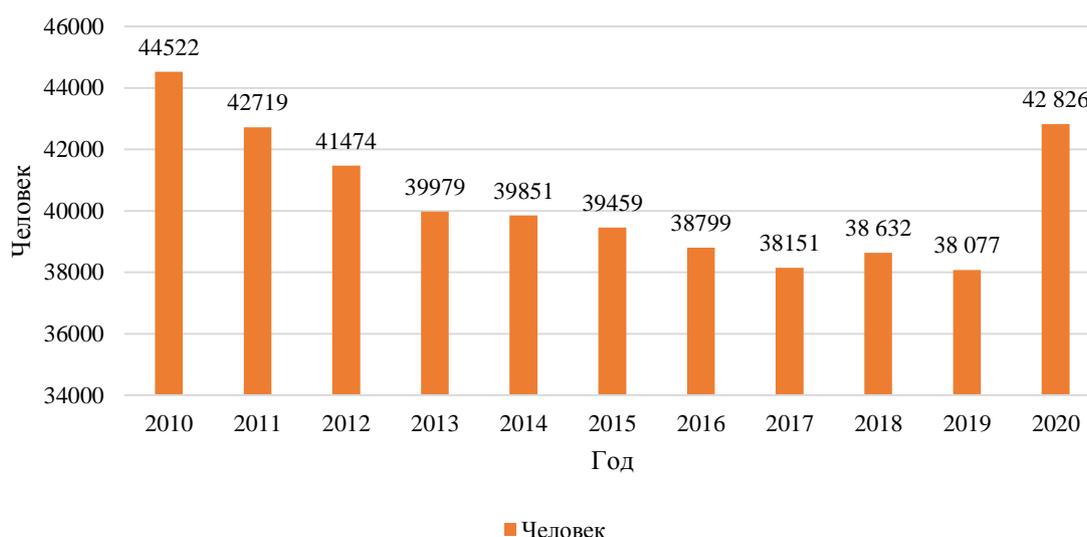


Рис. 2 Динамика смертности в Кемеровской области
за 2010-2020 гг.

Проанализировав данные статистики по Кемеровской области, показатели смертности преимущественно превышают число рождаемости, данная тенденция наблюдается с 2010 года. Самый высокий уровень естественной убыли населения по Кемеровской области наблюдался в 2020 году и составил -7,6 на 1000 человек. Данная тенденция началась с 2010 года, когда показатель смертности превышал число рождаемости.

В 2021 году ситуация не улучшилась, согласно информации Росстата, за первый месяц 2021 года в Кемеровской области родились 1711 человек, а умерло 3979 кузбассовцев. В настоящее время, регион занимает вторую строчку по Сибири по показателю смертности населения.

Самой главной причиной смертности населения Кемеровской области в период с 2020 по 2021 года является пандемия, которая охватила не только область, но и страну. Другими причинами превышения уровня смертности над рождаемостью являются болезни системы кровообращения, травмы, отравления и новообразования. Снижение показателя смертности является основным фактором улучшения демографической ситуации в регионе.

Таким образом, правильная политика государства и управленческого аппарата Кемеровской области, направленная на развитие здравоохранения, способствует снижению смертности и увеличению рождаемости.

Литература

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 06.05.2021).

Научный руководитель – старший преподаватель Фахрисламова Е.И.

УДК 330.101.541

НАЛОГОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ ЗА ПЕРИОД 2018-2020 НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В.К. Машковская, А.Ю. Медведева

Кафедра экономики и управления

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

lera.di.97@mail.ru

atmya01148@mail.ru

Аннотация: *Статья посвящена рассмотрению вопросов поступлений основных администрируемых доходов в консолидированный бюджет Кемеровской области и задолженности консолидированного бюджета региона за 2018-2020 гг.*

Ключевые слова: *консолидированный бюджет Кемеровской области, налоговые поступления, задолженность.*

Keywords: *consolidated budget of the Kemerovo region, tax revenues, debt.*

Роль налогов, налоговой системы и налоговой политики в экономическом развитии регионов невозможно переоценить. Налоги

Секция: «Экономика регионов и организаций в эпоху цифровой трансформации»

способствуют устойчивому развитию экономики, влияют на экономический рост, помогают в обеспечении качества жизни и благосостояния населения. Важнейшей задачей региона, в том числе Кемеровской области, является достижение максимальной эффективности всех функций налогов, обеспечение налоговых поступлений в консолидированный и федеральный бюджет в полном объеме, высокий уровень налогового администрирования и контроля за уклонением от уплаты налогов.

Поступление налогов регионального уровня напрямую формируют бюджет региона, а потому возникает необходимость их анализа. Представим структуру и изменения поступлений основных администрируемых доходов в консолидированный бюджет Кемеровской области в таблице 1.

Таблица 1

Структура и изменения поступлений основных администрируемых доходов в консолидированный бюджет Кемеровской области [2; 3]

Виды задолженности	2018, млн. руб.	2019, млн. руб.	2020, млн. руб.	Изменения с начала года	
				+/-, млн. руб.	%
Всего поступило доходов	151 864,0	138 196,1	114 564,6	-37 299,4	75,4
Налог на прибыль	66 744,5	57 460,5	35 797,9	-30 946,6	53,6
НДФЛ	50 623,1	54 587,9	54 642,5	4 019,4	107,9
НДС	7 289,4	8 573,3	-11 957,2	-19 246,6	-164,0
Налог на имущество организаций	12 381,1	10 273,2	10 180,7	-2 200,4	82,2
Остальные налоги и сборы	14 825,9	7 301,2	13 943,4	-882,5	106,0

Для наглядности отобразим общую сумму поступлений налогов в консолидированный бюджет региона на рисунке 1.

Секция: «Экономика регионов и организаций в эпоху цифровой трансформации»

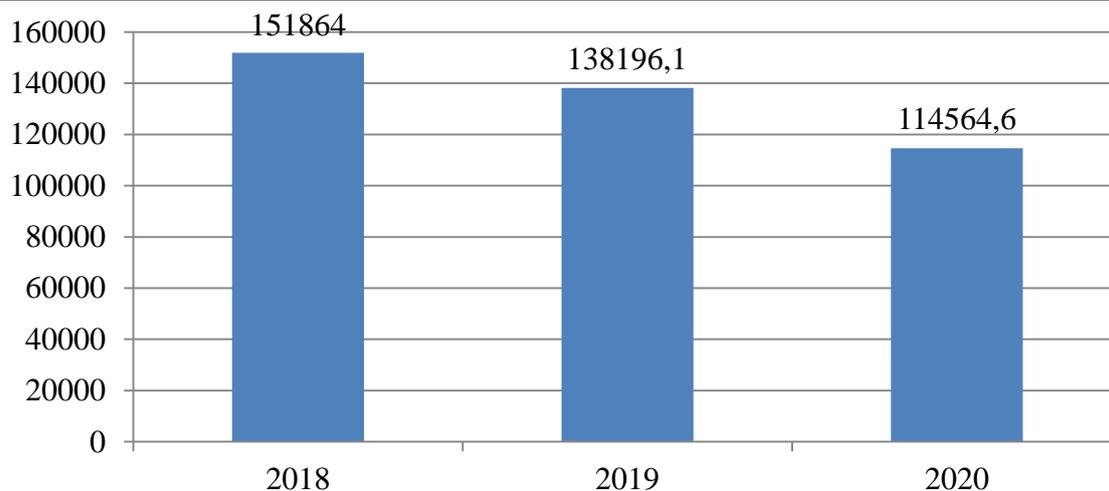


Рисунок 1 – Динамика поступлений в консолидированный бюджет [2; 3]

Как видим из таблицы 1 и рисунка 1, за анализируемый период наблюдалась негативная тенденция налоговых поступлений в консолидированный бюджет Кемеровской области. Изменения с начала года составили 75,4%. Абсолютное отклонение в конце периода равно 37 299,4 руб. Снижение налоговых поступлений произошло по причине уменьшения поступивших платежей по налогу на прибыль на 30 946,6 (изменения 53,6%).

Структура и динамика поступлений в консолидированный бюджет Кемеровской области отображена в таблице 2 и на рисунке 2.

Таблица 2

Структура и динамика поступлений в консолидированный бюджет Кемеровской области, % [2; 3]

Виды задолженности	2018	2019	2020	Изменения с начала года, +/-
Всего поступило доходов	100,0	100,0	100,0	-
Налог на прибыль	44,0	41,6	31,2	-12,8
НДФЛ	33,3	39,5	47,7	14,4
НДС	4,8	6,2	-	-4,8
Налог на имущество организаций	8,2	7,4	8,9	0,7
Остальные налоги и сборы	9,7	5,3	12,2	2,5

Секция: «Экономика регионов и организаций в эпоху цифровой трансформации»

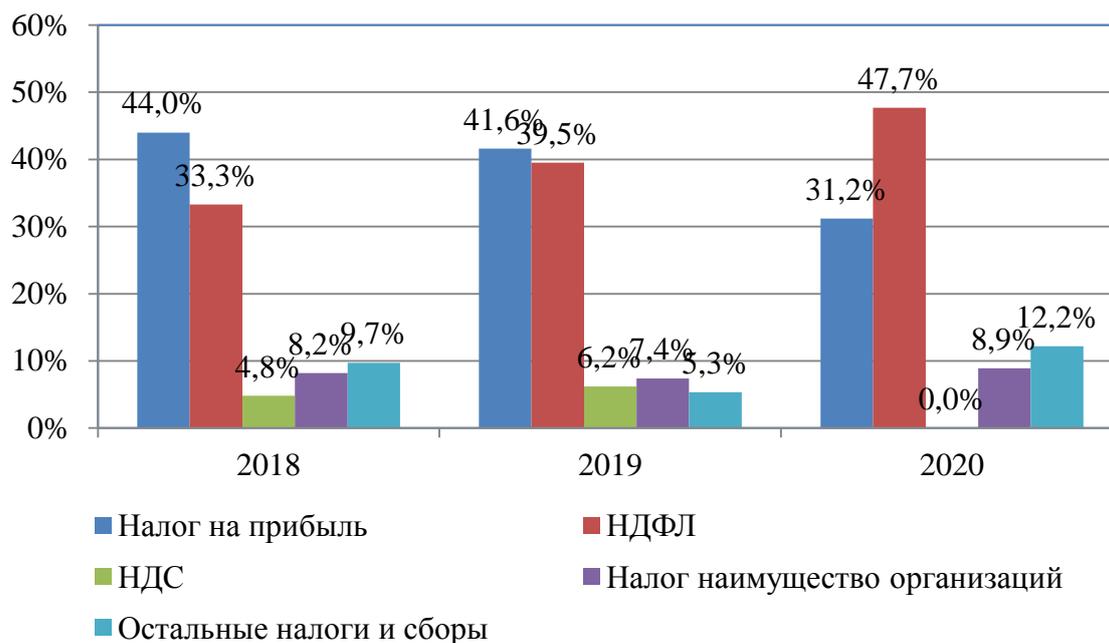


Рисунок 2 - Структура поступлений в консолидированный бюджет Кемеровской области, % [2; 3]

Данные, представленные в таблице 2 и на рисунке 2, показывают, что в 2018-2019 гг. наибольший удельный вес имел налог на прибыль (44% и 41,6%, соответственно). В 2020 г. в лидерах оказался НДС, его доля в структуре поступлений в консолидированный бюджет Кемеровской области составила 47,7%. Наименьший удельный вес имеет НДС: в 2018 г. – 4,85%, 2019 г. – 6,2%, 2020 г. – 0%.

Важную роль при анализе налоговых поступлений в консолидированный бюджет региона играет уровень задолженности по налогам. Считаем целесообразным провести оценку структуры и изменений задолженности консолидированного бюджета Кемеровской области (таблица 3).

Таблица 3

Структура и изменения задолженности консолидированного бюджета Кемеровской области [3]

Виды задолженности	2018, млн. руб.	2019, млн. руб.	2020, млн. руб.	Изменения с начала года	
				+/-, млн. руб.	%
Совокупная задолженность в бюджетную систему РФ (включая пени)	24 158,0	22 050,1	24 207,4	2 157,3	109,8

Секция: «Экономика регионов и организаций в эпоху цифровой трансформации»

и налоговые санкции)					
Налог на прибыль предприятия	2 565,8	1 411,0	2 754,3	188,5	107,3
Налог на добавленную стоимость	11 456,7	10 257,5	11 695,1	238,4	102,1
Акцизы	37,0	30,4	307,3	276,8	1009,3
Налог на добычу полезных ископаемых	170,6	361,1	352,4	181,8	206,6
ЕСН и внебюджетные фонды	1 317,6	1 584,2	2 106,9	789,3	159,9

Данные, представленные в таблице 3, показывают, что совокупная задолженность Кемеровской области в бюджетную систему РФ в 2018 г. составляла 24 158 руб. По состоянию на 2020 г. задолженность возросла на 2 157,3 млн. руб. (+9,8%).

Для рассматриваемого периода характера задолженности консолидированного бюджета Кемеровской области по следующим статьям:

- налог на прибыль предприятия;
- налог на добавленную стоимость;
- акцизы;
- налог на добычу полезных ископаемых;
- ЕСН и внебюджетные фонды.

С 2018 по 2020 гг. задолженность увеличивалась по всем указанным статьям. Наибольший прирост задолженности наблюдался по акцизам. Изменения за весь анализируемый период составили 1009,3%.

Рассмотрим структуру задолженности консолидированного бюджета Кемеровской области по видам налогов (таблица 4 и рисунок 3).

Таблица 4

Структура и динамика задолженности консолидированного бюджета Кемеровской области, % [3]

Виды задолженности	2018	2019	2020	Изменения с начала года, +/-
Совокупная задолженность в бюджетную систему РФ	100,0	100,0	100,0	-

Секция: «Экономика регионов и организаций в эпоху цифровой трансформации»

(включая пени и налоговые санкции)				
Налог на прибыль предприятия	16,5	10,3	16,0	-0,5
Налог на добавленную стоимость	73,7	75,2	67,9	-5,8
Акцизы	0,2	0,2	1,8	1,6
Налог на добычу полезных ископаемых	1,1	2,6	2,0	0,9
ЕСН и внебюджетные фонды	8,5	11,6	11,2	2,7



Рисунок 3 - Структура задолженности консолидированного бюджета Кемеровской области, % [3]

Исходя из данных таблицы 4 и рисунка 3, следует, что в структуре задолженности бюджета Кемеровской области наибольший удельный вес имеет налог на добавленную стоимость (от 67,9 до 75,2%), а наименьший – акцизы (от 0,2 до 1,8%).

За рассматриваемый период в структуре задолженности консолидированного бюджета региона произошло ряд изменений. Так, на 2020 г. доля задолженности региона по акцизам возросла с 0,2 до 1,8% (+1,6%). Увеличился и удельный вес по статье «налог по добычу полезных ископаемых» (+0,9%). Также наблюдается рост задолженности консолидированного бюджета по ЕСН и внебюджетным фондам (+2,7%). Сократился удельный вес задолженности по налогу на добавленную стоимость (-5,8%) и по налогу на прибыль организаций (-0,5%).

Таким образом, по результатам проведенного анализа налоговым поступлениям в консолидированный бюджет Кемеровской области и задолженности по налогам, можно заключить, что уровень поступлений постепенно снижается. Основная доля налоговых поступлений в бюджет региона принадлежит налогу на прибыль и НДС/Л. Задолженность по налоговым сборам в 2018-2020 гг. выросла на 9,8%. Наибольший прирост задолженности отмечен по акцизам. На наш взгляд, региону необходимо принимать меры по снижению уровня налоговых задолженностей, поскольку это отрицательно сказывается на поступлениях в бюджет и развития региональной экономики.

Литература

1. Отчет по форме № 1-НМ (2018 год) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn42/related_activities/statistics_and_analytics/forms/7600100/ (дата обращения: 10.05.2021)
2. Федеральная налоговая служба. Налоговая аналитика. Поступления по субъекту РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm> (дата обращения: 10.05.2021)
3. Федеральная налоговая служба. Налоговая аналитика. Задолженность по субъекту РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm> (дата обращения: 10.05.2021)

Научный руководитель – старший преподаватель Фахрисламова Е.И.

СЕКЦИЯ: «СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ»

УДК 338.31

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

А.Е. Воротилина

НГУЭУ «Новосибирский государственный университет экономики и управления»

nastja.vorotilina.9901@gmail.com

В данной работе рассмотрены возможные проблемы технологии использования методов бережливого производства на предприятиях и их предполагаемое решение.

Ключевые слова: бережливое производство, потери, производительность труда.

В настоящее время в России все более активно внедряются различные методы бережливого производства. Данная тема является одной из самых важных и востребованных среди российского производственного менеджмента. Низкая производительность труда остается одним из главных барьеров для развития российской экономики.

По данным Федерального Центра Компетенций 67 из 85 субъектов подключились к проекту, и на данный момент в нем участвует 2 393 предприятий.

Главной целью внедрения национальных проектов является обеспечение к 2024 году темпов роста производительности труда на средних и крупных базовых несырьевых отраслях экономики не ниже 5% в год, а также более 20% прирост производительности труда к 2024 году.

При внедрении методов бережливого производства возникает множество барьеров. Поэтому целью данной работы является выявление проблем при внедрении методов бережливого производства на предприятиях.

Бережливое производство – это концепция управления производственным предприятием, которое предполагает максимальную ориентацию на потребности клиента, избавление от любых видов непроизводственных потерь и вовлечение всех сотрудников в процесс улучшения. Борьба с потерями играет огромную роль на предприятиях. В своей книге Тайити Оно сформулировал список из семи потерь: производство, простои, ненужная транспортировка, лишняя обработка, запасы, бесполезные перемещения и брак [2].

Рассмотрим некоторые методы бережливого производства.

I. Система «5С» - предполагает комплекс мер, направленный на наведение полного порядка, создание эффективной среды и дисциплины на

рабочем месте. Она состоит из 5 шагов: сортировка, соблюдение порядка, содержание в чистоте, стандартизация, совершенствование и систематизация.

II. В книге Акира Итикава представлена система TPM, которая была разработана в Японии [3]. Тотальное производственное обслуживание означает всеобщий уход за оборудованием. Данная система состоит из трех компонентов: профилактическое обслуживание; всеобщий контроль качества; вовлеченность всего персонала [4].

Применяя такую систему, необходимо стремиться поддерживать оборудование в отличном состоянии.

III. Следующим инструментом бережливого производства является система SMED или другими словами быстрая переналадка. Система SMED предполагает набор теоретических и практических методов, которые позволяют сократить время операций наладки и переналадки оборудования. Данная концепция зародилась в Японии в 1950 годах и автором ее является Сигео Синго. По его мнению, время переналадки распределяется следующим образом: 30% занимает подготовка к замене оснастки, 5% занимает собственно сама замена, 15% занимает подготовка к работе и 50% - пробная работа и регулировка [5].

Существуют и другие инструменты бережливого производства, которые помогают оптимизировать процессы, повышать производительность труда, снижать себестоимости и улучшать качество продукции.

Рассмотрим проблемы при внедрении данных методов бережливого производства на предприятиях и представим это в виде таблицы.

Таблица 1

Проблемы внедрения методов бережливого производства на предприятиях и их решение

Методы	Проблемы внедрения	Предлагаемое решение	Результат от внедрения
5С	Низкий приоритет; отсутствие обучения сотрудников; распределение обязанностей; самодисциплина и развитие; нечеткое понимание действия системы; недостаточная оснащенность рабочих мест; отсутствие времени на реализацию.	«Фабрики процессов», которые занимаются обучением сотрудников бережливому производству; назначение экспертов, которые бы руководили процессом внедрения; рационально распределить человеческие ресурсы и время.	Увеличение производительности труда, уменьшение простоев и ожиданий, дефектов, устранение излишних запасов, транспортировки, лишних движений, улучшение безопасности на рабочем месте и установление здорового климата в коллективе.
TPM	Отсутствие квалифицированных работников; долгосрочность; дополнительные издержки; отношение персонала.	Привлечение экспертов для повышения квалификации сотрудников; проведение обучения; тщательное планирование; поиск дополнительных резервов;	Устранение поломок, задержек в производственных процессах, брака и переделок, увеличение качества продукции и оборудования.

Секция: «Современный менеджмент: проблемы, решения, перспективы развития»

		контроль за ходом реализации.	
SMED	Отсутствие надлежащего обслуживания или оборудования; длительные и сложные процедуры настройки; отсутствие стандартизации новых процессов; осуществление ненужных вложений (инвестиций) в оборудование; долгосрочная дисциплина (регламент); отсутствие управленческих навыков.	Привлечения экспертов для повышения квалификации сотрудников; проведение обучения; создание зон хранения инструментов и материалов; распределение ресурсов.	Увеличение продаж и качества продукции, снижение простоев оборудования, сокращение запасов незавершенного производства, расширение ассортимента продукции, сокращение времени, размеров производственных партий.

Можно выделить и общие проблемы внедрения бережливого производства:

- Низкая вовлеченность персонала, увольнение, отсутствие мотивации;
- Падение темпов роста производства во время осуществления проекта;
- Недостаток ресурсов на предприятии (оборудования, материалов, человеческих ресурсов);
- Организационные риски (отсутствие четкого плана у руководителя);
- Потеря полученных результатов.

Таким образом, внедрение бережливого производства дает значительный эффект – сокращение длительности цикла производства, снижение количества дефектов, снижение запасов, ускорение выхода нового продукта на рынок, увеличение количество выпускаемой продукции, снижение затрат и оптимизация использования ресурсов. Поэтому необходимо учитывать все проблемы, которые возникают при внедрении методов, чтобы реализация проектов осуществляла все поставленные цели и задачи.

Для начала можно применять такие инструменты, как картирование потоков создания ценности, метод пяти почему, метод мозгового штурма и диаграммы Исикавы. А как только компания получила первый положительные результаты, необходимо сразу распространять изменения на остальные этапы потока создания ценности.

Литература:

1. Тайити Оно. Производственная система Тойоты: уходя от массового производства. / Пер. с англ. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2008. – 194 с.
2. Итикава А. ТРМ в простом и доступном изложении / Пер. с англ. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2008. – 128 с.
3. Логунов С. Путь самурая 2.0 Бережливое мышление. М.: Эксмо, 2020. – 288 с.

4. Синго С. Изучение производственной системы Тойоты с точки зрения организации производства / Пер. с англ. – М.: ИКСИ, 2006. – 312 с.

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент Коява Л.В.

УДК 338.31

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Ю. В. Сысоева

*Кафедра менеджмента имени И.П. Поварича
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»*

jsysoeva42@gmail.com

Аннотация: статья посвящена вопросам влияния персонала организации на её эффективность. Рассмотрены результаты опроса курсантов АНО Автошколы «Зелёная волна» для диагностики и выявления качества и общей удовлетворенности от общения курсантов с персоналом. Выявлены направления развития и эффективного использования потенциальных способностей работников.

Ключевые слова: персонал, эффективность деятельности организации, эффективность персонала

Функционирование организаций в условиях конкуренции как на глобальном, так и на локальном рынках предполагает необходимость постоянного повышения эффективности их деятельности - и, как следствие, конкурентоспособности. Ключевым фактором эффективности деятельности предприятий сферы услуг является персонал. В то же время персонал является наиболее сложным объектом управления в организации. По мнению Кибанова А.Я. и Дураковой И.Б., инвестиции в человеческий капитал — это аналоги инвестиций в машины и оборудование [2].

Эффективность деятельности предприятия проявляется в рациональном использовании трудовых, технических, материальных, финансовых ресурсов.

В настоящее время проблема измерения эффективности трудовой деятельности является дискуссионной. В представленной работе использованы внешние субъективные качественные оценки. Количественные показатели отражают результат, но не отражают качественные характеристики работы, проделанной для достижения этого результата [3].

К специфическим показателям эффективности учреждения дополнительного профессионального образования (автошколы) можно отнести следующие:

Образовательная эффективность - степень достижения положительного образовательного результата (в случае конкретного вида деятельности - получение водительского удостоверения);

Коэффициент доступности - характеризует социальную эффективность предприятия;

Удовлетворенность качеством услуг - субъективная оценка, зависящая от конкретного потребителя и его предпочтений. Для ее оценки можно использовать: коэффициенты удовлетворенности разнообразием

дополнительных услуг, работой персонала и показатель, отражающий намерения повторно обратиться к услугам компании.

Для таких образовательных организаций как автошкола подбор персонала является одним из важных факторов их успешного функционирования, так как услуга оказывается непосредственно работниками (преподавателями, инструкторами). Вождение транспортного средства является комплексом сложных навыков, соответственно к обучающему персоналу предъявляются особые требования и на рынке не так много квалифицированных людей, которые могут правильно обучить курсантов.

Главным отличием и гордостью автошколы АНО «Зелёная волна» является руководящий и инструкторско-педагогический состав. Это люди, всю свою жизнь посвятившие успешной работе в системе образования и автомобильных структурах [1].

В период с 2016 по 2020 гг. штатная численность АНО Автошкола «Зелёная волна» увеличилась с 24 до 26 единиц. Штат работников полностью укомплектован. Средний возраст преподавателей – 41 год. Средний возраст мастеров производственного обучения вождению – 45 лет.

Для диагностики качества обучения и общей удовлетворенности от общения курсантов с персоналом был проведен опрос курсантов АНО Автошкола «Зелёная волна» (N = 2030 человек). Приведем характеристики респондентов и краткие результаты исследования:

61% курсантов – женщины, 39% - мужчины;

большинство курсантов (96%) предпочитают обучаться на автомобиле с МКПП (механической коробкой переключения передач);

средняя оценка курсантами культуры общения персонала учебной части составляет 4,9 баллов (из 5), а полнота предоставляемой ими информации оценивается на 4,67 баллов;

средняя оценка курсантами культуры общения мастеров производственного обучения вождения (инструкторов) составляет 4,6 балла (из 5), а полнота предоставляемой информации – 4,58 балла;

оценка работы автошколы в целом составляет 4,69;

теоретический экзамен опрошенные в среднем сдают с 1 раза, практический экзамен (часть автодром) – со 2 раза, практический экзамен (часть город) – с 4 раза.

Несмотря на достаточно высокую среднюю оценку, были отмечены следующие недостатки в работе персонала: донесение информации не в полном объёме, отсутствие вежливости с курсантами, недостаточное количество инструкторов, их незаинтересованность в обучении курсантов.

Для эффективного использования способностей работников, повышения их трудовой мотивации и общего повышения эффективности работы персонала предложено: ввести в штат организации специалиста по кадрам, который сможет осуществлять полноценный отбор претендентов на

вакансию с учетом соответствия их опыта и личных качеств, а также способности к характеру будущей деятельности и интересам предприятия; внедрить систему бонусных доплат, которая бы повышала заинтересованность сотрудников в максимальном количестве курсантов, успешно сдавших экзамены; сформировать систему специальных оценочных показателей деятельности персонала; частично автоматизировать процесс оценки работы сотрудников.

Литература

1. АНО Автошкола «Зелёная волна» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prava42.ru/>. – (Дата обращения: 15.03.2021).
2. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации. Стратегия, маркетинг, интернационализация. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 592 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.studmed.ru/view/kibanov-aya-durakova-ib-upravlenie-personalom-organizacii-strategiya-marketing-internacionalizaciya_f80431f3e1b.html. – (Дата обращения: 13.03.2021).
3. Ратников П., Сосновский А. Премияльное вознаграждение на основе субъективной оценки сотрудников. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=178>. – (Дата обращения: 15.03.2021).

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента им И.П.Поварича Донова *И.В.*

УДК 06.73.55

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РАБОЧИХ МЕСТ

В. К. Лазуткин

Кафедра менеджмента ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

Аннотация. С каждым десятилетием на рынке труда происходят изменения, затрагивающие значительную часть населения страны. Этим обусловлена актуальность данной работы, описывающей тенденцию формирования привлекательности (имиджа) работодателя, для привлечения необходимых компаниям сотрудников. В практической части работы, рассмотрена Кемеровская компания, имеющая проблему в виде большой текучести производственного персонала. На основе данной компании было проведено исследование оценки сотрудников различных условий их рабочей деятельности и в последствие даны рекомендации по повышению привлекательности работодателя.

Ключевые слова: вовлеченность, привлекательность рабочих мест, условия труда, текучесть кадров.

В России в начале 21 века одной из наиболее динамично развивающихся тенденций в управлении персоналом стало формирование бренда работодателя. Катализатором направления стал приход зарубежных компаний на российский рынок труда и повышение мобильности рабочей силы, что в свою очередь усилило конкуренцию за персонал и борьбу за таланты. Руководство организаций осознало важность внедрения средств в

систему управления для привлечения и удержания наиболее подходящих кадров, которые примут организационные цели и будут стремиться к их достижению в своей деятельности [1].

Доказательством существования и развития данной тенденции является ежегодный отчет компаний Ancor и Randstad. Данный отчет является репрезентативным исследованием бренда работодателя, основанным на восприятии широкой аудитории и аккумулирующим результаты 20 лет успешного опыта изучения бренда работодателя [2].

У приходящих на рынок новых поколений работников меняются мотивирующие к работе предпочтения, если для старших поколений более важна финансово-материальная составляющая, то молодые больше заинтересованы в карьерном росте и интересной работе. Это свидетельствует о том, что в настоящее время становится важным не только материальное стимулирование, но и имидж компании, содержание работы и приятная рабочая атмосфера в коллективе.

В данной работе рассмотрена одна из компаний «СДС холдинга» - компания «ДСК», в г. Кемерово.

Управленческая проблема данной компании следующая – в течение нескольких лет присутствует высокая текучесть производственного персонала (30–41% в год). Это в свою очередь ведет к низкой сплоченности коллектива, из-за непостоянства персонала, низкому уровню опыта сотрудников и затратам на поиск подходящих кандидатов. В связи с низким уровнем привлекательности рабочих мест компании, было проведено исследование восприятия характеристик совокупных условий труда и имиджа компании среди текущих сотрудников и идентифицировать сильные и слабые стороны для развития производственного коллектива, с помощью анкетного опроса производственного персонала. Данное исследование помогло ответить на вопрос: за счет каких методов можно снизить текучесть персонала и повысить привлекательность работодателя?

При изучении отношения работников предприятия к различным сторонам и аспектам (условиям) трудовой деятельности было определено, что наиболее благоприятными факторами работы являются стиль руководства и морально-психологический климат.

Около итоговой оценки условий труда оказались такие факторы, как организация труда (в данном случае особо просели индикаторы «обмен деловой информацией» и «переработки из-за перегруженности работников») и физические условия труда.

Также скромные оценки достались карьерно-квалификационному фактору (большинство работников осознают недостаток компетенций и необходимость повысить квалификацию).

Самыми проблемными факторами труда оказались мотивация работников и карьера. Важно подчеркнуть, что работники озабочены не столько непрозрачностью, непонятностью системы стимулирования, сколько

уровнем оплаты. При этом, как показал корреляционный анализ, мотивация труда влияет на удовлетворенность всеми прочими условиями труда.

Изучение вовлеченности сотрудников и потенциальной текучести кадров выявило невысокий уровень приверженности работников предприятию. Небольшая часть работников осознают свою роль в общем успехе предприятия, но существуют те, кто желает сделать то, что поможет коллективу работать более эффективно. В то же время далеко не все сотрудники готовы работать сверх положенного времени ради успеха предприятия.

Руководству следует учесть, что повысить вовлеченность персонала можно через эффективную социальную политику, рациональную мотивацию труда, развитие персонала и формирование сильной корпоративной культуры. А главным инструментом роста вовлеченности является информирование сотрудников по различным аспектам деятельности предприятия. Пока же с информированностью дела обстоят не лучшим образом.

Проанализировав финансовые возможности предприятия и обсудив результаты опроса с руководством, было принято решение о разработке проекта по повышению вовлеченности сотрудников с помощью ряда мероприятий. Данные мероприятия будут воздействовать на социально-корпоративный аспект деятельности сотрудников и позволят снизить текучесть кадров, тем самым сэкономят ресурсы компании.

В целом следует сказать, что на предприятии имеется достаточно большой перечень социальных, организационно-управленческих проблем, для решения которых предложенный проект будет только началом, и в будущем потребуются продуманная работа со стимулирующими и квалификационными системами предприятия.

Литература

1. Архипова, Ю. А. Организация рабочих мест и ее роль на предприятии / Ю. А. Архипова, К. С. Зыкова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 23 (103). — С. 460-462. — URL: <https://moluch.ru/archive/103/23906/> (дата обращения: 14.02.2021).
2. Топ-5 факторов выбора работодателя в 2019 году // Электронный журнал «РБК». – 2019. – № 12 – URL: <https://pro.rbc.ru/demo/5caf3d619a7947e221432ab3> дата обращения: 01.03.2021).

УДК 351.9

РАЗВИТИЕ ОЦЕНОК ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

В. Ю. Носкова

Институт экономики и управления
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

Аннотация. Проблема выбора метода оценки эффективности государственного управления появилась десятилетия назад, однако и на сегодняшний день обсуждение вопросов по данной теме не прекращается ввиду существования разных методик измерения эффективности государственного управления. Рассмотрение этапов развития оценок эффективности государственного управления позволит определить особенности, причины разработки и применения тех или иных способов анализа.

Ключевые слова: государственное управление, эффективность, оценка, методы, критерии оценки, развитие, этапы.

Для любой управленческой деятельности необходимо проводить оценку и измерения с целью определения уровня эффективности. В настоящее время существует множество методов и критериев оценки эффективности государственного управления, но при этом, можно говорить об отсутствии универсального способа ее анализа, включающего в себя учет всех аспектов такой многогранной системы как государственное управление – проблеме многообразия оценок эффективности государственного управления. Существование такого явления связано со сложным содержанием понятия эффективности государственного управления (к примеру, эффективность отождествляется с качеством государственного управления, которое включает в себя соответствие требованиям населения страны, с продуктивностью, то есть с соотношением понесенных затрат к достижениям государственного управления), с деятельностью международных организаций (например, таких, как Организация Объединенных Наций, Всемирный банк), с множеством практик анализа, применяемых разными странами, а также с развитием самой системы оценки эффективности государственного управления.

В развитии системы оценки эффективности государственного управления выделяют несколько этапов, каждый из которых характеризуется применением определенных методов, внешними условиями, влияющими на государственное управление и его эффективность.

Первый этап (1960-е года). Примерно ко второй половине 20 века, после Второй мировой войны, в развитых странах обостряется необходимость решения социальных проблем, для решения которых были разработаны специальные программы. Предметом и критерием исследований в данный период являются как раз социальные эффекты от реализации программ. Методами оценки на этом этапе выступают SWOT-анализ, экспертные методы оценки, предполагающие групповую работу специалистов [2].

Второй этап (1970-1980 года). Происходит рост роли экономического фактора. Ранее при достижении социального результата практически не учитывались понесенные затраты, что в итоге привело к дефициту государственного бюджета, снижению эффективности деятельности государства, сокращению социальных программ, соответственно, и к

недовольству населения, снижению доверия к государственным решениям. С учетом данных условий оценка эффективности осуществляется по издержкам и направлена на выявление нерационально расходуемых средств бюджета, поиск способов сокращения расходов на содержание государственного аппарата. Происходит рост популярности экономических, математических методов анализа эффективности (например, метод затрат-выгод) [1].

Третий этап (1990-е года). Связан с распространением, развитием практик Нового государственного управления, клиент-ориентированного подхода, в рамках которого первоочередной задачей оказывается предоставление государственных услуг высокого качества и обеспечение удовлетворенности им потребителя. Акцент смещается с издержек на результаты деятельности. В это время совершенствуются экономические методы, помимо количественных оценок, начинают использоваться качественные показатели, происходит формирование смешанных подходов к оценке, учитывающих различные стороны процессов государственного управления. В этой связи большее распространение получили методы анализа затрат-эффективности (например, качество жизни).

С развитием разработанной Организацией Объединенных Наций концепции Good Governance («хорошее правительство»), определяющей ряд ценностей государственного управления, связывают начало нового этапа [2].

В целом на современном этапе оценка эффективности государственного управления связана со стратегическим планированием, так как измерение оценки эффективности государственного управления осуществляется в большинстве случаев исходя из определения целей развития, постановки целевых индикаторов, прогнозов, и с финансами ввиду того, что оценка остается экономоцентричной [1]. Отличительными чертами этого этапа является сочетание количественных и качественных методов анализа, широкое использование экспертных оценок, учет сложности системы государственного управления, ее различных уровней и предметов деятельности.

Стоит обратить внимание на то, что сейчас странами также используются как формальные методы оценки эффективности государственного управления, утвержденные законодательно, так и неформальные, включающие общественную оценку (общественное мнение, социологические опросы, обращения граждан в органы государственной власти и др.), что позволяет получить более полные данные для анализа эффективности государственного управления. Например, в России еще 7 мая 2012 г. был принят Указ Президента Российской Федерации № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления», который содержит пункт об обеспечении уровня удовлетворенности граждан Российской Федерации качеством предоставления государственных и муниципальных услуг. Для оценивания гражданами работы государственных органов, качества предоставляемых

ими услуг были созданы различные сервисы, в том числе Электронный Интернет-сервис Минэкономразвития России «Ваш контроль». По последним результатам сервиса «Ваш контроль», которые представлены на рисунке, можно заметить, что граждане высоко оценивают качество услуг [3].



Рис. Общий уровень оказания услуг по России

Литература

1. Ветитнев А. М., Волощук П. В. Система оценки эффективности государственных гражданских служащих: анализ российской и зарубежной практики // Вестник Поволжского института управления. – 2016. – № 6 (57). С. 103 - 110.
2. Хахунова А. К. Развитие практик оценки эффективности управления: мировые тренды и опыт США // Мировая экономика и международные отношения. М :Наука, 2015. С. 47 - 57.
3. Интернет-сервис Минэкономразвития России «Ваш контроль» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://vashkontrol.ru/> (дата обращения: 10.03.2021).
Научный руководитель – *доцент к.э.н. Апарина Н.Ф.*

СЕКЦИЯ: «ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ: ГЛОБАЛЬНЫЙ, НАЦИОНАЛЬНЫЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ»

УДК 338.246.027

ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

М.М. Абрамова

Кафедра экономической теории и государственного управления
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
mariabramova@yandex.ru

Аннотация: Актуальность исследования малого и среднего предпринимательства заключается в том, что МСП существенно влияет на социально-экономические характеристики страны и является движущей силой развития экономики. Цель данной работы рассмотреть проблемы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства и возможные пути их решения. Инструменты и методы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства достаточно обширны, и все же многие предприниматели сталкиваются с проблемами при получении помощи от государства. Устранение этих барьеров способно повысить эффективность деятельности предпринимательства в целом.

Ключевые слова: инструменты государственного регулирования, малое и среднее предпринимательство, роль государства, поддержка малого и среднего предпринимательства, значение малого и среднего предпринимательства

Субъекты малого и среднего предпринимательства пользуются в Российской Федерации особыми привилегиями и льготами, поскольку государство заинтересовано в активной деятельности малых и средних предприятий, чтобы получить рост занятости населения и снижение напряженности в обществе. В этих целях государство снижает административную и налоговую нагрузку на МСП.

В области государственного регулирования МСП используются различные инструменты развития и поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства: специальные налоговые ставки, упрощенные формы налоговых деклараций, государственные гарантии и т.д. [1].

В таблице 1 представлен более широкий перечень инструментов регулирования сферы малого и среднего предпринимательства на государственном уровне в разных странах.

Таблица 1

Инструменты государственного регулирования деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства

Страна	Инструмент государственного регулирования
Дания, Франция, Испания, Россия, Норвегия, Швеция	Право государственных НИИ создавать коммерческие новаторские предприятия
Великобритания, США, Швеция, Германия	Стимулирование деятельности организаций-посредников между бизнесом и создателями новаторских технологий
Швеция, Германия, Россия, Дания	Поддержка технопарков и технологических инкубаторов
Швеция, Россия, США, Франция, Норвегия	Прямое финансирование новаторских организаций
Франция, Дания, Норвегия	Поддержка разработчиков дополнительными вознаграждениями при коммерческом внедрении их изобретений
Франция, Великобритания, Дания	Разрешение участия госслужащим в НИИ в коммерческой деятельности для внедрения научных разработок
Франция, Россия, США, Норвегия	Послабление налогового законодательства
США, Россия, Япония	Информационная и методическая поддержка предпринимателей

Источник: [2]

Тем не менее, субъекты МСП зачастую сталкиваются с недостаточной поддержкой государства, среди основных причин данной проблемы можно выделить – высокие административные барьеры. Излишний контроль и надзор за деятельностью предпринимателей, бюрократизм во время получения необходимых разрешений и согласований, несовершенство кредитования и финансирования. Можно предположить, что чем незначительнее административный барьер, тем эффективнее будет развиваться предпринимательство, так как имеет больший стимул.

Система налогообложения также имеет ряд недостатков. С одной стороны, специальные налоговые режимы, упрощенная система налогообложения облегчают налоговое бремя предпринимателей. С другой стороны, отсутствие единых норм стимулируют к теневой деятельности [3].

Доступ к недвижимому имуществу так же является немало значимым для МСП. Данная проблема во многих случаях является сдерживающей. Для устранения этого фактора необходимо развивать инфраструктуру.

Низкая квалификация и профессиональные способности предпринимателей и сотрудников МСП. В данном случае необходима поддержка образовательных учреждений, для увеличения доступа к

повышению квалификации, стимулирования развития, оказания консультационных услуг.

Неэффективность площадок и центров развития. Технопарки, венчурные фонды, институты развития, бизнес-инкубаторы - это площадки, которые создаются для того, чтобы оказывать всестороннюю поддержку малым и средним предприятиям и стимулировать их развитие. В России в большинстве регионов такие институты не выполняют свою функцию [4].

Таким образом, совершенствование нормативно-правовой базы, стимулирование развития системы финансирования и кредитования, развитие инфраструктуры, научно-исследовательских организаций, послабление административных барьеров будет способствовать стабильности развития малого и среднего предпринимательства, а также бизнеса в целом.

Литература

1. Елпанова Я.В. Малое и среднее предпринимательство в Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/maloe-i-srednee-predprinimatelstvo-v-rossiyskoy-federatsii/viewer> (дата обращения 06.04.2021)
 2. Анохин А.А. Государственное регулирование малого и среднего предпринимательства: зарубежный опыт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://evansys.com/articles/ekonomika-i-menedzhment-sovremennyy-vzglyad-na-izuchenie-aktualnykh-problem-sbornik-nauchnykh-trudov/sektsiya-2-ekonomika-i-upravlenie-narodnym-khozyaystvom/gosudarstvennoe-regulirovanie-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-zarubezhnyy-opyt/> (дата обращения 06.04.2021)
 3. Обух А.Д. Проблемы малого и среднего бизнеса в Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://idpluton.ru/problems-malogo-i-srednego-biznesa-v-rossijskoj-federatsii/> (дата обращения 06.04.2021)
 4. Проблемы и перспективы оказания государственной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://council.gov.ru/activity/activities/roundtables/103921/> (дата обращения 06.04.2021)
- Научный руководитель – к.э.н., доцент Евдокимова Е.К.*

УДК 338.246.027

ДЕФОРМАЦИИ СТРУКТУРЫ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА КАК ФАКТОР СДЕРЖИВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

В.В. Стариков, М.А. Коваленко

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

Определяющую роль в экономическом росте региона играет структура экономики. Сбалансированная экономика может определить потенциал для развития в регионе с низким природно-ресурсным потенциалом, тогда как структурные деформации могут сделать экономический рост невозможным в регионе, имеющим потенциал к

экономическому росту. Поэтому в определении потенциала экономического роста региона важно определить сущность и факторы структурных деформаций региона.

Экономический рост, Валовой Внутренний продукт, Валовой Региональный продукт, миграционный прирост, диверсификация экономики региона, цифровизация экономики региона.

Степень экономического развития региона, в том числе исходит из экономического потенциала, будь то созданные на территории региона условия для развития бизнеса, природные ресурсы, развитая инфраструктура, возможности для развития туризма и так далее.

Действительно, на территории Кемеровской области – Кузбасса расположены крупнейшие в России залежи каменного угля, обладающие высоким качеством, 87% которого поставляется на экспорт [1]. Также на территории Кузбасса развиты металлургия и химическая промышленность.

Тем не менее, стабильного экономического роста в строгом понимании мы не наблюдаем, что продемонстрировано на рисунке 1.

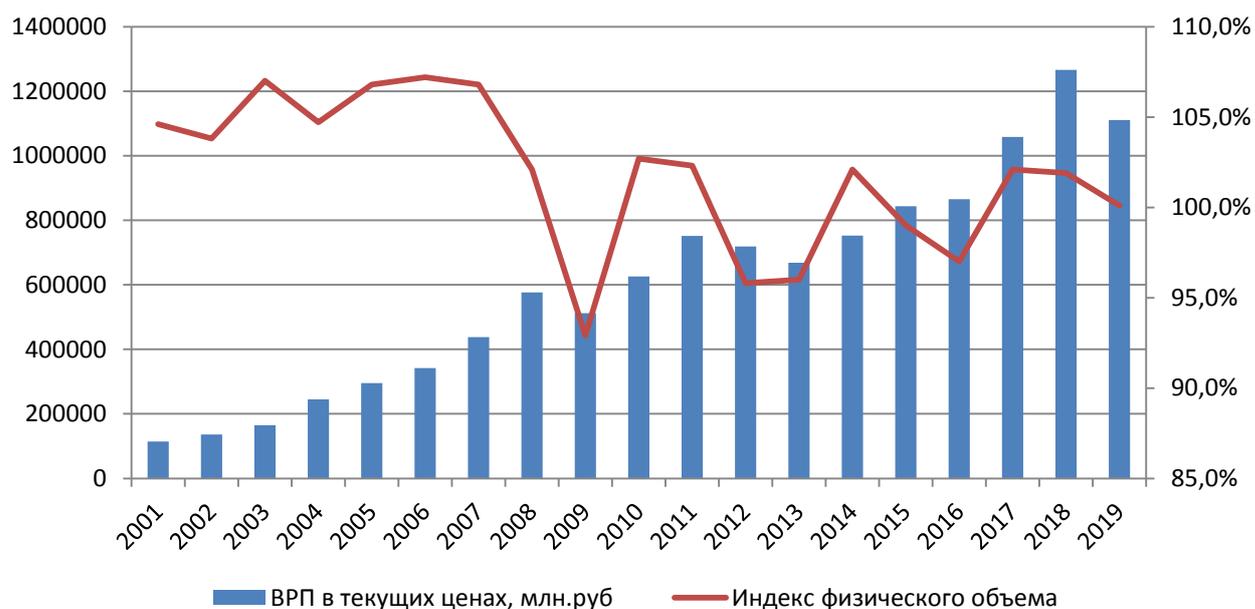


Рис. 1 ВРП и индекс физического объема ВРП Кузбасса – Кемеровской области в период 2001-2019

На рисунке представлен Валовой Региональный продукт – классический способ измерения произведенных на территории товаров и услуг. Рост показателя в текущих ценах демонстрирует номинальный рост, но стоит также отметить представленный в рисунке 1 индекс физического объема ВРП. Рост произведенных и предоставленных товаров и услуг в отрыве от инфляции не стесняется демонстрировать и отрицательную динамику, а наибольший прирост едва превышает 2%.

Подобную картину демонстрируют и некоторые европейские государства: достигнув условного «пика» развития, они начинают демонстрировать небольшой стабильный рост или в отдельных случаях стагнацию показателя ВВП, что, безусловно, не свидетельствует о слабой развитости этих государств. В таком случае воспользуемся другим естественным показателем состояния региона – миграционным приростом.

Логично предположить, что обитатели экономически развитого региона предпочтут остаться в регионе, в то время как граждане, желающие повысить уровень жизни и улучшить условия проживания предпочтут сменить регион проживания в пользу более выгодного для проживания. В таблице 1 представлена статистика по миграционному приросту населения в Кузбассе.

В таблице представлены данные по миграционному приросту – разность между выбывшими из региона и прибывшими в регион. В таблице видно, что единственной пребывающей категорией являются молодые люди в возрасте от 19 до 23. Это объясняется наличием в Кузбассе некоторого потенциала для получения образования.

Таблица 1

Миграционный прирост Кемеровской области – Кузбасса в период 2018-2020

	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Всего	-5450	-8931	-8153
17-19 лет	-276	-407	-471
19-21 год	773	671	800
21-23 лет	63	86	115
23-25 лет	-137	-113	-40
25-27 лет	-122	-146	-88
27-29 лет	-115	-202	-155

Тем не менее, в дальнейшем, получив образование, большинство выпускников стремится реализовать его в других регионах. Это происходит вследствие наличия значительных структурных деформаций экономики региона, которые заключаются в отсутствии равномерного развития отраслей региона.

Структурная деформация экономики региона – это наличие диспропорции между элементами экономики региона, не отвечающие принципу эффективности и спровоцированные административными ограничениями и институциональными проблемами региона

Основные причины структурных деформаций раскрывают их сущность: это отсутствие диверсификации экономики региона и её несоответствие

требованиям современной конъюнктуры для эффективного и интенсивного экономического роста.

Проблема слабой экономической диверсификации региона особенно видна на примере структуры кемеровской области, данные об элементах которой представлены в таблице 2

Таблица 2

Элементы в ВРП Кемеровской области - Кузбасса по добавленной стоимости в период 2016-2019

		2016	2017	2018	2019
Добывающие производства	в млн.руб	255970,5	386080,6	456014,6	291425
	доля в %	29,58%	36,48%	36,01%	26,24%
Обрабатывающие производства	в млн.руб	139438,3	152596,1	184751,9	154642,2
	доля в %	16,11%	14,42%	14,59%	13,93%
Деятельность в области информации и связи	в млн.руб	11470,6	13680,3	14019,2	16006,2
	доля в %	1,33%	1,29%	1,11%	1,44%
Профессиональная, научная и техническая деятельность	в млн.руб	17158,2	20831,3	23043	23768,4
	доля в %	1,98%	1,97%	1,82%	2,14%
Всего ВРП, млн.руб		865325,3	1058430,4	1266424,5	1110415,1

В таблице видно, что более 40% ВРП составляет добыча полезных ископаемых и обрабатывающие производства. Эти же отрасли обладают самыми высокими показателями заработной платы, что дополнительно является мощным сигналом приоритетности указанных отраслей.

Подобная структура ВРП явно отражает экстенсивный характер использования ресурсов региона, что, усугубляясь отсутствием как такового роста, негативно характеризует экономику региона. В целом, главной проблемой Кемеровской области является отсутствие какого-либо накопленного в результате реализации невосполняемых ископаемых альтернативного источника воспроизводства добавленной стоимости. Иными словами, отсутствует трансформация выгоды от реализации преимуществ

региона в иной вид капитала, будь то человеческий капитал, туристический потенциал или наукоёмкие производства. Отличным примером эффективного интенсивного развития являются Объединенные Арабские Эмираты, которые были основаны в 1971 году и располагали лишь возможностью экспорта нефти. К настоящему моменту страна занимает 13е место в мире по размеру ВВП и успешно диверсифицирует экономику, развивая туризм.

Возвращаясь к структуре ВРП Кузбасса, необходимо также отметить крайне низкие доли отраслей связи и коммуникации, а также научной, профессиональной и технической деятельности. В более успешных с точки зрения готовности к миграции граждан регионах доли этих отраслей составляют более 6% от ВРП каждая.

Кроме туризма жизненно важно развитие наукоёмких и актуальных отраслей, являющихся в условиях цифровизации необходимой базой для формирования перспективы экономического развития. Технологическая отсталость региона в части информационных цифровых технологий главным образом обусловлена недостатком человеческого капитала, неэффективностью принципа финансирования соответствующих программ и административными барьерами, ограничивающими в том числе напрямую, развитие интернет технологий [2, 3]

Особенно важно отметить важность развития интернет технологий с точки зрения уже упомянутой диверсификации структуры экономики региона, так как в отличие от природного сырья, информация — это ресурс, способный воспроизводиться очень быстро и практически бесконечно. Кроме того, информация, как говорил американский институционалист Томас ДеГрегори, является «ресурсом ресурсов», т. е. ее вовлечение в хозяйственный оборот способно замещать другие, более дефицитные ресурсы, тем самым в известном смысле преодолевая их ограниченность [4].

Подводя итог, отметим, что основными причинами возникновения структурных деформаций в российских регионах является недостаточная субъектность регионов, что является системной для России проблемой, разрешение которой позволит «реанимировать» правильные экономические стимулы, ограничить отток средств в неэффективные отрасли и создать почву для разрешения структурных проблем без возникновения значительных транзакционных издержек.

Литература

1. Аджиева, А.Ю. Роль и значение агропромышленной интеграции в условиях финансового кризиса [Электронный ресурс] / А. Ю. Аджиева. // Terra Economicus, 2018. – с. 75-79. URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 17.04.2021).
2. Информационное общество: пролет неизбежен. [Электронный ресурс] // ИКС-медиа [Офиц. сайт]. URL: <https://www.iksmedia.ru/articles/3928456-Informationnoe-obshhestvo-prolet.html> (дата обращения: 17.04.2021).

3. Правительство отложило внедрение сетей 5G в России до 2021 года // overclockers.ru [Офиц. сайт]. URL: <https://www.iksmedia.ru/articles/3928456-Informationnoe-obshhestvo-prolet.html> (дата обращения: 17.04.2021).
4. Нижегородцев Р. М. Факторы экономического роста российских регионов: регрессионно-кластерный анализ / Р. М. Нижегородцев, М. Ю. Архипова // Вестник УГТУ–УПИ. Серия экономика и управление. — 2009. — № 3. — С. 94-110. (дата обращения: 18.04.2021).
5. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области – Кузбассу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kemerovostat.gks.ru/> (дата обращения: 18.04.2021).

УДК 338.246.027

**РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНКИ
РЕГУЛИРУЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ЗА 2020 ГОД**

Е. В. Осина

Кафедра экономической теории и государственного управления
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

keyt99@mail.ru

Аннотация. В последние годы приобретает популярность одна из форм экспертной деятельности, которая соединяет в себе возможности налаживания обратной связи с обществом, а именно институт оценки регулирующего воздействия (далее – ОРВ). Общественное мнение становится одним из главных критериев по повышению качества государственного регулирования согласно Указу Президента РФ от 7 мая 2012 года № 601. Значимость введения ОРВ вызвана прежде всего неоправданным ростом регулирующих норм, что в последствии влечет непредвиденность ведения предпринимательской деятельности и ограничение ее активности. Оценка регулирующего воздействия на уровне регионов России в настоящий момент находится на этапе развития. В статье дается оценка результатов проведения ОРВ в Кемеровской области за последний год. Рассматриваются степени регулирующего воздействия положений, заключающихся в проектах НПА, а также обоснованность сроков проведения публичных консультаций с учетом данных степеней. Выявлены проблемные моменты, на которые следует обратить внимание для улучшения качества проведения процедуры ОРВ. Предлагаются меры по повышению эффективности системы ОРВ в Кемеровской области.

Ключевые слова: государственное регулирование, оценка регулирующего воздействия, нормативные правовые акты, субъекты предпринимательской и инвестиционной деятельности, публичные консультации, заключения, степень регулирования.

Оценка регулирующего воздействия (ОРВ) проектов нормативных правовых актов - это один из инструментов эффективного взаимодействия предпринимательского сообщества, инвесторов с органами государственной власти, который включает в себя анализ нормативных актов с целью прогнозирования поведения хозяйствующих субъектов и населения в связи с

принятием регулирующих актов путем выявления выгод, издержек и рисков с исследованием возможных альтернатив государственного вмешательства, и формирование заключения о соответствии прогнозируемых целей акта и предлагаемого его содержания [2]. Закрепление процедуры произошло в майском Указе Президента РФ № 601 в 2012 году.

Обязательность внедрения оценки регулирующего воздействия и экспертизы на региональном уровне установлена с 2014 года. Действующее Правительство Кузбасса заблаговременно начало работать в данном направлении и окончательно утвердило процедуру ОРВ 26 декабря 2013 года принятием областного закона № 142 «О порядке проведения оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов и экспертизы нормативных актов в Кемеровской области», который регулирует отношения, связанные с установлением порядка проведения оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов Кемеровской области, в том числе проектов законов Кемеровской области, устанавливающих новые или изменяющих ранее предусмотренные нормативными правовыми актами Кемеровской области обязанности для осуществления своей деятельности предпринимателями и инвесторами [1].

Последовательность действий по проведению ОРВ выглядит следующим образом: органом-разработчиком осуществляется размещение уведомления о подготовке проекта нормативного правового акта, составление сводного отчета, организация публичного обсуждения, обобщение всех поступивших предложений и замечаний, и подготовка заключения об оценке регулирующего воздействия уполномоченным органом (Департаментом инвестиционной политики и развития предпринимательства Кузбасса).

Сведения о проведении процедур оценки регулирующего воздействия, в том числе о публичных консультациях и их результатах, размещаются на специализированном информационном ресурсе Кемеровской области regulation.kemobl.ru. Интернет-портал существует для раскрытия информации о разработке органами исполнительной власти Кемеровской области – Кузбасс проектов нормативно-правовых актов и результатах их общественного обсуждения, разработан с целью повышения информационной открытости деятельности данных органов власти и реализации конституционного права граждан.

В результате мониторинга портала были получены следующие сведения [3].

В 2020 году проведена оценка регулирующего воздействия 70 проектов нормативных правовых актов Кемеровской области, а именно:

- 4 проекта Законов Кемеровской области;
- 42 проекта постановлений Правительства Кемеровской области;
- 24 ведомственных проекта актов.

Для справки: в 2019 году была проведена оценка 40 проектов НПА. Разработчики, чьи проекты нормативных правовых актов чаще остальных проходили ОРВ, представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Информация о разработчиках проектов нормативных правовых актов Кемеровской области, проводивших оценку регулирующего воздействия в 2020 году

№ п/п	Наименование Министерства (ведомства)	Количество проектов НПА Кемеровской области, прошедших процедуру ОРВ
1	Министерство сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Кузбасса	25
2	Комитет по управлению государственным имуществом Кузбасса	22
3	Министерство труда и занятости населения Кузбасса	9
4	Департамент инвестиционной политики Кузбасса	3
5	Министерство природных ресурсов и экологии Кузбасса	3
6	Региональная энергетическая комиссия Кузбасса	3
7	Управление государственной инспекции по надзору за техническим состоянием самоходных машин и других (Гостехнадзор)	2
8	Министерство транспорта Кузбасса	1
9	Департамент по развитию предпринимательства и потребительского рынка Кузбасса	1
10	Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Кемеровской области – Кузбассе	1

Органы исполнительной власти Кемеровской области представлены 35 единицами ведомств, но активная работа по проведению ОРВ наблюдается в

трех структурах - Министерстве сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Кузбасса, Комитете по управлению государственным имуществом Кузбасса, Министерстве труда и занятости населения Кузбасса.

В ходе проведенных публичных консультаций:

– в отношении 3-х проектов нормативных правовых актов были получены замечания/предложения;

– в отношении 1-го проекта нормативного правового акта было принято решение отказаться от дальнейшей разработки.

По степени регулирующего воздействия проекты НПА распределились следующим образом (таблица 2)

Таблица 2.

Сведения о проектах НПА, прошедших процедуру ОРВ, в разрезе степени воздействия в 2020 году

Высокая степень	Средняя степень	Низкая степень	Не определена
14	27	14	15

При высокой степени регулирующего воздействия проект нормативного правового акта Кемеровской области включает в себя позиции, закрепляющие новые обязанности, запреты и ограничения или положения, которые влекут за собой ранее непредвиденные расходы субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности и бюджета Кемеровской области. Из 14 проектов актов с высокой степенью воздействия по 3-м законопроектам были получены рекомендации по сглаживанию их влияния, по 11-ти из них, что составляет почти 80 %, остались без общественного обсуждения.

В зависимости от степени воздействия варьируется время на проведение публичных обсуждений. Для низкой степени это в среднем от 4 до 7 дней, для средней - 12–14 дней, проекты НПА с высокой степенью регулирующего воздействия - от 20 до 33 дней. То есть, чем значительнее последствия акта, тем большее количество времени требуется для его рассмотрения.

Всего за 2020 год Департаментом инвестиций и стратегического развития КО было выдано 68 положительных и 2 отрицательных заключений об ОРВ (таблица 3). По итогам отрицательных заключений органами-разработчиками доработано 50% рассматриваемых проектов НПА.

Таблица 3.

Итоги проведения процедуры ОРВ проектов НПА в 2020 году

Общее количество подготовленных заключений	Количество положительных заключений	Количество отрицательных заключений
70	68	2

Данный мониторинг показал, что основной проблемой развития процедуры ОРВ в Кемеровской области является низкая активность предпринимательского сообщества и общественности в публичных консультациях.

В целях развития института ОРВ в нашем регионе следует усилить вовлечение органов исполнительной власти области, а также Законодательного собрания КО, путем проведения обучающих мероприятий. Продолжить работу по привлечению широкого круга лиц в процедуру ОРВ, с помощью подписания новых соглашений о взаимодействии, распространении информации о проведении оценочных процедур, совещаний и мастер-классов с представителями бизнеса.

Несомненно, институт ОРВ будет и дальше развиваться и совершенствоваться в нашем регионе, ведь Кемеровская область – Кузбасс относится к числу экономически развитых промышленно ориентированных субъектов Российской Федерации.

Литература

1. Закон Кемеровской области от 26.12.2013 № 142 (ред. от 15.11.2019) «О порядке проведения оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов и экспертизы нормативных правовых актов в Кемеровской области». [Электронный ресурс] – URL: <http://docs.cntd.ru/document/465201787>. (дата обращения 15.03.2021).
2. Колегов В. В. Оценка регулирующего воздействия: опыт внедрения на региональном уровне // Государственное управление. Электронный вестник. 2013. № 39. С. 95–112. [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-reguliruyuschego-vozdeystviya-opyt-vnedreniya-na-regionalnom-urovne/viewer/>. (дата обращения 15.03.2021).
3. Интернет-портал для публичного обсуждения проектов и действующих нормативных актов органов власти Кемеровской области – Кузбасса. [Электронный ресурс] – URL: <http://regulation.kemobl.ru/>. (дата обращения 15.03.2021).
Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Курбатова М. В.

УДК 353

ЭВОЛЮЦИЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТОВ РФ

К.Э. Рыжих

Кафедра экономической теории и государственного управления

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
xenia.ryzhikh@gmail.com

Актуальность проблемы формирования и внедрения системы оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ признана с 2007 г. и сохраняется по настоящее время. Данный механизм управления по результатам основан на измерении степени достижения показателей социально-экономического развития и предполагает создание конкурентной основы развития субъектов РФ. Его нормативно-правовое регулирование в целях совершенствования подвергается значительным изменениям со стороны федерального центра. В докладе выделены и охарактеризованы этапы развития оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ на основе анализа нормативно-правовых актов из справочной правовой системы «КонсультантПлюс», материалов официального сайт Правительства РФ. Установлено, что ключевыми недостатками оценки являются неспособность региона влиять на показатели, отсутствие законодательно закрепленного понятия «эффективность деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ» и правовых последствий итогов оценки.

Ключевые слова: управление по результатам; эффективности деятельности; органы исполнительной власти субъектов РФ.

Оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ (РОИВ) – это один из механизмов управления по результатам, внедренный в практику государственного управления (госуправление) в РФ в период административной реформы. Выделим 5 этапов его развития:

I. 2007-2012 гг. Ввиду перехода от выборов к прямому назначению глав регионов процесс оценки эффективности требовал большей прозрачности, поэтому его правовой основой стала новая статья 26.3.2. в Федеральном законе от 06.10.1999 № 184-ФЗ, установившая обязанности Президента РФ утверждать перечень показателей и глав регионов представлять ему доклады о фактически достигнутых и планируемых значениях показателей, право Президента РФ и/или Правительства РФ выделять гранты регионам для содействия достижению и/или поощрения достижения наилучших значений показателей.

Для реализации закона был издан Указ Президента от 28.06.2007 № 825 с 48 показателями социально-экономического развития (СЭР), большинство из которых охватывали демографию, здравоохранение, энергетику, занятость, доходы, экономику, жилье (см. таблицу 1). В его исполнение принято Постановление Правительства РФ (ПП) от 15.04.2009 № 322, закрепившее:

- Перечень из порядка 115 дополнительных показателей в 10 сферах (от экономики до экологии) для оценки.
- Методику оценку, ее предмет – результаты деятельности РОИВ в 11 сферах (от экономики до экологии). Оценка проводится на основе анализа

и сопоставления порядка 319 показателей, характеризующих СЭР, конечные результаты деятельности РОИВ, эффективность использования бюджетных ресурсов, ход реализации институциональных реформ.

– Форму доклада глав регионов достигнутых значениях показателей порядка 319 показателей для оценки за отчетный год и их планируемых значениях на 3-летний период.

ПП от 14.08.2008 № 609 регламентировало Правила предоставления грантов 10 регионам с учетом значений комплексной оценки показателей деятельности РОИВ исходя из уровня и динамики эффективности в сферах госуправления, повышения инвестиционной привлекательности, здравоохранения, образования, жилищно-коммунального комплекса [1].

II. 2012 -2017 гг. Ввиду необходимости преодоления избыточности и повышения объективности системы оценки, возврата прямых выборов глав регионов, принятия «майских указов», установивших стратегические цели на 2012-2020 гг., был принят «новый» Указ от 21.08.2012 № 1199 с перечнем из 12 основных показателей СЭР, большинство из которых охватывали демографию, занятость, доходы, экономику (см. таблицу 1). ПП от 03.11.2012 № 1142 закрепило:

– Перечень из порядка 44 индивидуальных показателей в 10 сферах (от экономики до отношений между нациями, конфессиями) для оценки. Утверждаются 2 для каждого региона из предложенных им 10.

– Методику оценку, ее предмет – результаты деятельности РОИВ в 5 сферах (от экономики и инвестиционной привлекательности до жилищного строительства). Комплексная оценка определяется на основе использования индексного метода с учетом состояния (расчет средних объемов показателей за 3 г.) и динамики (расчет средних темпов роста показателей за 3 г.) показателей. В комплексная оценке совокупный удельный вес основных показателей – 0,95, индивидуальных – 0,05.

– Правила предоставления грантов 20 регионам на основе значений комплексной оценки [1]. Распоряжениями Правительства (РП) от 21.12.2013 № 2459-р, 03.11.2014 № 2193-р гранты были выделены лишь по итогам 2012 г. и 2013 г.

ПП от 23.12.2015 № 1408 утвердило Правила предоставления межбюджетных трансфертов регионам, достигшим наиболее высоких темпов СЭР территорий, и методику оценку развития, для проведения которой применялись значения показателей оценки эффективности. По итогам 2014-2015 гг. трансферты получили 20 регионов (РП от 25.12.2015 № 2673-р, 03.12.2016 № 2193-р), по итогу 2016 г. – 40 (РП от 09.12.2017 № 2582-р), т. е.

фактически оценка эффективности была заменена на оценку темпов СЭР территорий.

Сохранилась тенденция увеличения показателей. Были сформированы рейтинги оценки эффективности регионов по поддержке предпринимательства, исполнению переданных полномочий РФ, улучшению инвестиционного климата, поддержке третьего сектора экономики (РП от 15.11.2012 № 2096-р, 03.12.2013 № 2256-р, 11.04.2016 № 642-р, 19.06.2017 № 1284-р) [2].

III. 2017-2019 гг. Для совершенствования системы оценки, исключения возможности одновременного использования нескольких систем оценки, наращивания собственного экономического (налогового) потенциала регионов издан Указ от 14.11.2017 № 548 с перечнем из 24 показателей СЭР, большинство из которых охватывали госуправление, занятость, доходы, экономику (см. таблицу 1). При этом после 01.01.2019 в перечне должны были остаться 22 показателя.

ПП от 19.04.2018 № 472 закрепило:

– 2 Методики оценки по повышению уровня СЭР (применение индексного метода с учетом средних значений показателей за 3 г.) и по достижению высоких темпов наращивания экономического потенциала территорий (индексный метод с учетом динамики показателей на основе исчисления их средних темпов роста за 3 г.).

– Правила предоставления грантов 40 регионам по итогам оценки по достижению высоких темпов наращивания экономического потенциала. Размер гранта определялся исходя из численности населения и индекса бюджетных расходов населения [1]. Гранты распределены лишь по итогу 2017 г. (РП от 07.12.2018 № 2713-р) [2].

IV. 2019-2021 гг. В развитие нового «майского указа», установившего национальные цели на период до 2024 г., был издан Указ от 25.04.2019 № 193 с перечнем из 15 показателей СЭР, большинство из которых охватывали экономику, жилье и города (см. таблицу 1).

ПП от 17.07.2019 № 915 утвердило методики расчета 14 показателей за прошедший год (отчетный период) до 2024 г. включительно и на плановый период – 2 г., следующие за отчетным [1]. ПП от 29.11.2019 № 1537 и от 07.12.2019 № 1614 определили:

– Порядок распределения грантов в 2019 г. между 50 регионами на основе их итогового рейтинга по сводному значению оценки достижения значений показателей для оценки эффективности. РП от 30.11.2019 № 2875-р осуществлено данное распределение.

– Правила предоставления и распределения межбюджетных трансфертов для поощрения управленческих команд регионов, которые достигли в 2019 г. наилучших значений показателей деятельности РОИВ. Средства распределились между регионами на основе рейтинга по сводному значению оценки достижения значений показателей, а также достижения значений показателей экономического, социального, и внутривластного блоков оценки эффективности деятельности. Трансферты получил 71 регион (РП от 09.12.2019 № 2960-р) [2].

V. 2021 г. – настоящее время. Принятие Указа от 21.07.2020 № 474, обозначившего национальные цели развития до 2030 г., обусловило появления Указа от 04.02.2021 № 68 с перечнем из 20 показателей СЭР, большинство из которых охватывают экономику, жилье и города (см. таблицу 1). Методики расчета показателей и правила распределения грантов подлежат разработке [1].

В таблице 1 представлены группы показателей оценки эффективности, утвержденные Указами Президента РФ за 2007-2021 гг.

Таблица 1

Группы показателей оценки эффективности, утвержденные Указами
Президента РФ за 2007-2021 гг.

Группы	Указ от 28.06.2007 № 825	Указ от 21.08.2012 № 1199	Указ от 14.11.2017 № 548	Указ от 25.04.2019 № 193	Указ от 04.02.2021 № 68
Демография	2	4	3	2	2
Здравоохранение, здоровье	6				1
Образование	6	1		1	2
Культура	2				2
Госуправление	4	1	6	1	1
Занятость, доходы	5	2	4	2	2
Экономика, регулирование	5	2	4	4	3
Финансы	1	1	3		
Социальные услуги	1				1
Экология				1	1
Жилье и города	5	1	2	3	3
Транспорт	1		1	1	1
Энергетика	6				
Технологии					1
Сельское хозяйство	2				
Безопасность	2		1		
Итого	48	12	24	15	20

Таким образом, для I-II этапов (2007-2017 гг.) оценки эффективности имеет место избыточность показателей, обусловленная стремлением максимального охвата сфер СЭР (для I этапа за счет дополнительных показателей, объемной формы доклада глав регионов, для II этапа - индивидуальных показателей, дополнительных рейтингов), при этом количество грантополучателей возросло с 10 до 40. Для III-V этапов (2017 г. – наст. время) наблюдается, с одной стороны, преодоление избыточности оценки ввиду отсутствия дополнительных и индивидуальных показателей, с другой стороны, непостоянство оценки (период реального действия Указов № 825 и № 1199 – 5 лет, Указов № 548 и № 193 – 2 года) исключает возможность проведения сравнительного анализа по годам, затрудняет комплексное решение выявленных проблем развития регионов. Последнее известное количество грантополучателей приходится на 2019 г. и составляет 50, полагаем, что в соответствии с новыми Правилами оно увеличится, что поставит под вопрос стимулы регионов к конкуренции.

В целом для сформированной к настоящему времени системы оценки характерны такие недостатки, как неспособность региона влиять на показатели [3] (напр., в Указе № 68 «ожидаемая продолжительность жизни при рождении», «уровень бедности», «качество окружающей среды» и др.), отсутствие законодательного закреплённого понятия «эффективность деятельности РОИВ» и правовых последствий итогов оценки. Необходимость их преодоления определяет сохранение актуальности совершенствования данной системы.

Литература

1. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 28.03.2021).
2. Официальный сайт Правительства РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/52/events/> (дата обращения: 28.03.2021).
3. Калгин, А. С. Управление по результатам на региональном уровне: контроль или результативность? [Электронный ресурс] // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2012. – № 3. – Режим доступа: <https://vgmu.hse.ru/2012--3/64368158.html> (дата обращения: 28.03.2021).

Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Курбатова М.В.

УДК 336.27

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ

А. Е. Рукина

Кафедра экономической теории и государственного управления
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

arukina@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается государственный внешний долг России, приведены его динамика и структура, а также проанализированы положительные и отрицательные моменты влияния на национальную экономику страны.

Ключевые слова: государственный внешний долг, структура внешнего долга, влияние государственного долга, национальная экономика.

В настоящее время внешняя задолженность является одной из актуальных проблем, характерных для России. Способность выплаты государственного внешнего долга является одним из ключевых факторов стабильности экономики в стране. В зависимости от того, насколько успешно происходит управление страной, и какие решения принимаются для сокращения объема государственного долга, зависит эффективность государственного бюджета, уровень процентных ставок, инвестиционная привлекательность и др.

На рисунке [1] представлена динамика внешнего долга РФ за период с 2012 по 2021 годы.

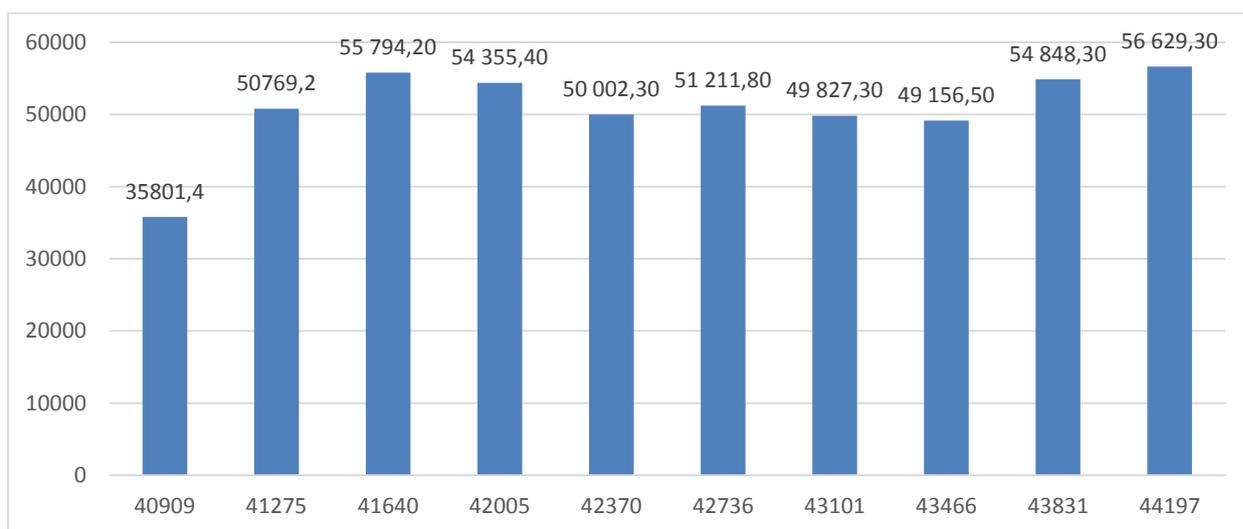


Рис. Объем государственного внешнего долга РФ за 2012 – 2020 гг., млн. долл. США

Данные, представленные на рисунке, позволяют сделать вывод, что за 2012-2021 гг. объем государственного внешнего долга РФ имеет тенденцию к повышению. Темп прироста внешнего долга РФ 2021 года по сравнению с 2012 годом составляет 63,2 %. Самый большой объем внешнего долга приходится на начало 2021 года, что объясняется распространением новой коронавирусной инфекции, повлекшей возникновение глубокого международного экономического кризиса. Тем не менее, на начало 2020 года объем внешних заимствований также достигает высокого уровня и составляет 54848,3 млн. долл. США. Данную ситуацию можно объяснить экономической нестабильностью, которая обесценивает национальную

валюту и является причиной дефицита бюджета. Оказывают влияние и экономические санкции, введенные в отношении РФ, которые ограничили доступ ЦБ к заемным средствам.

Структура государственного внешнего долга России по состоянию на 1 марта 2021 года представлена в таблице [1].

Таблица 1

Структура государственного внешнего долга РФ

Категория долга	Эквивалент млн. долларов США	Эквивалент млн. евро
Государственный внешний долг РФ	56629,3	46643
Задолженность перед официальными двусторонними кредиторами - не членами Парижского клуба	349,5	287,9
Задолженность перед официальными многосторонними кредиторами	473,6	390,1
Задолженность по внешним облигационным займам	38207,4	31469,7
Задолженность по ОВГВЗ	2,7	2,2
Прочая задолженность	22,1	18,2
Государственные гарантии РФ в иностранной валюте	17573,9	14474,9

Анализируя структуру государственного внешнего долга РФ, который по состоянию на 1 марта 2021 года составляет 56629,3 млн. долларов США, следует заметить, что наибольшую долю в общем объеме внешней задолженности занимает задолженность по облигационным займам. Далее по значимости в общем объеме внешнего долга занимают государственные гарантии в иностранной валюте, которые равны 17573,9 млн. долларов США.

Итак, можно выделить следующие негативные последствия влияния государственного внешнего долга на экономику страны:

- необходимость сокращения расходов на развитие национального производства и социальные нужды;
- снижение политической независимости, возникновение зависимости отечественных финансов от международных;
- снижение производственных возможностей эффективности национальной экономики вследствие перевода определенной части ВВП за рубеж;
- появление угрозы истощения золотовалютных резервов страны;
- возникновение угрозы долгового кризиса. [2, с. 148]

Однако, несмотря на отрицательные последствия, можно выделить и положительные последствия внешнего государственного долга. К ним относятся:

- укрепление международного авторитета страны и обеспечение дополнительного поступления инвестиций на выгодных условиях за счет своевременного выполнения долговых обязательств;
- возможность привлечения в бюджет страны заемных средств и сохранения относительного размера долга. [2, с. 148]

Подводя итог, следует сказать, что государственный внешний долг может оказывать не только отрицательное, но и положительное влияние на экономику России. Формирование внешнего долга и управление представляет собой важную сторону, оказывающую воздействие на состояние финансов государства, инвестиционного климата страны, расширение международного сотрудничества и на прочие элементы социально-экономической жизни общества. Однако можно отметить, что внешний долг оказывает давление на национальную экономику страны, поскольку для его выплаты необходимо использовать значительную часть денежных средств из бюджета страны. Всё это снижает экономический рост в стране, вследствие чего может произойти спад в национальном производстве.

Литература

1. Государственный внешний долг РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/performance/public_debt/external/structure/ (дата обращения: 28.03.2021).
2. Шмойлова А.И. Влияние государственного внешнего долга России на национальную экономику [Электронный ресурс] / А.И. Шмойлова // Территория науки. – 2016. – № 3. – С. 145–149. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26603506> (дата обращения: 31.03.2021).

Научный руководитель – к-т экон. наук, доцент Шершневa О.И.

УДК 336.27

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ НЕРАВЕНСТВО И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ РОССИИ

А.В. Салихов

Кафедра экономической теории и государственного управления
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
a.salikhovxj@gmail.com

За последние несколько десятков лет проблема социально-экономического неравенства стала очень значимой для России. Россия занимает лидирующие позиции среди крупных стран по уровню дифференциации доходов. В связи с этим требуется проведение активной социально-экономической политики государства.

Ключевые слова: неравенство, государство, экономический рост.

Социально-экономическое неравенство трактуется как отличие людей и социальных групп в обеспеченности материальными благами и возможности удовлетворения своих потребностей, в основе чего лежит дифференциация доходов населения.

Исследование уровня неравенства в России показывает, что он достаточно высокий. Налоговая нагрузка в основном ложится на доходы нижних 90 % населения, а богатые после радикального снижения налоговых ставок в начале XXI в. пользуются большими по мировым меркам налоговыми преимуществами [2, с. 91].

За период с 2013 года по 2017 год в структуре неравенства происходили незначительные изменения: доля дохода, которая принадлежит наиболее обеспеченному пятому квинтилю, уменьшилась с 47,6% до 47,0%, доля первой, третьей и четвертой двадцатипроцентных групп поднялась на 0,1 п.п., а второй – выросла на 0,3 п.п., как показано на рисунке 1 [1, с. 11].

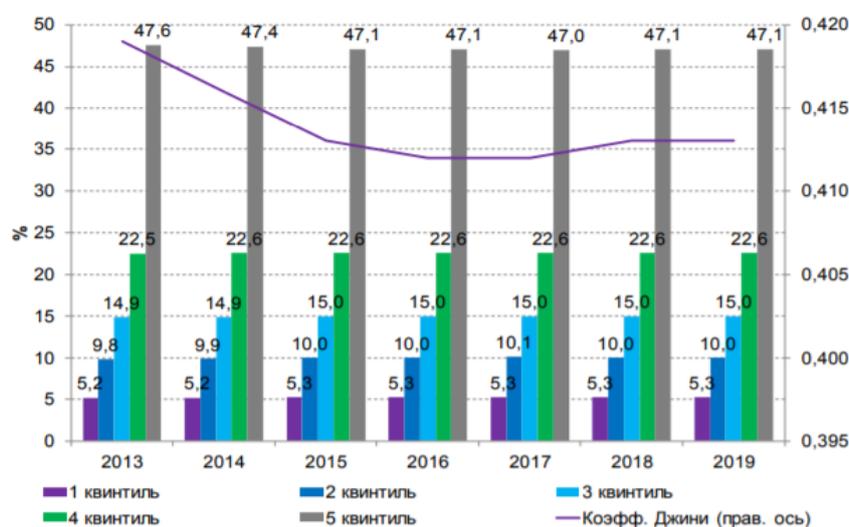


Рис 1. Удельный вес доходов по квинтилям населения, %, коэффициент Джини, 2013–2019 годы

В 2019 году социальное неравенство в России не поменялось по сравнению с 2018 годом. Коэффициент Джини также составляет 0,413, а децильный коэффициент фондов – 15,6 раз, как показано на рисунке 2 [2, с. 12].

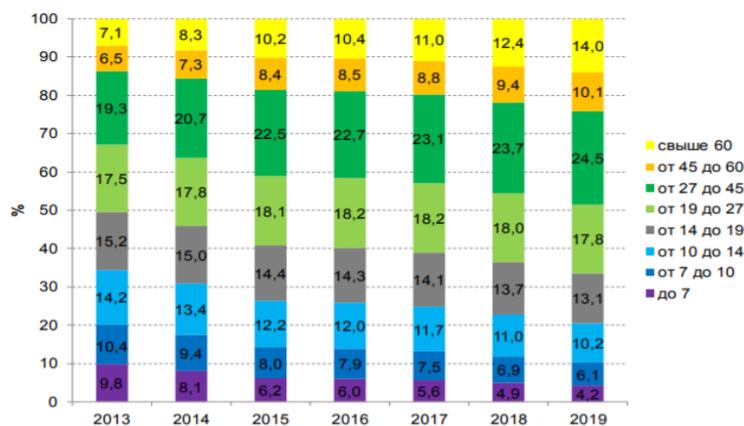


Рис 2. Распределение доходов населения, %, 2013–2019 годы.

В 2019 году, согласно швейцарской компании Credit Suisse, Россия стала мировым лидером среди крупных стран по неравенству богатства. На долю 10% самых богатых людей приходится почти 83% всего личного благосостояния страны, что выше, чем в США (76) и в Китае (60) [3, р. 47].

Из-за ряда определённых взаимосвязанных и взаимозависимых факторов, такие как экономические и финансовые кризисы, негативное проявление глобализации, снижение стоимости национальной валюты, рост инфляции, необоснованное снижение уровня заработной платы при стабильности или росте цен, рост безработицы, влияние пандемии коронавируса – происходит усиление социально-экономического неравенства.

Влияние этих факторов может иметь как долгосрочный, так и краткосрочный характер. Результатом этого влияния станет: отставание реального ВВП по сравнению с потенциально возможным, снижение экономической устойчивости страны, дестабилизация экономического роста, снижение благосостояния граждан, государственная несостоятельность.

В связи с такими условиями становится стратегической важной задачей обеспечение экономической безопасности на всех уровнях. Преодоление социально-экономических проблем и выход из сложной обстановки, а также снижение избыточной дифференциации – необходимое и достаточное условие социальной стабильности приведёт к экономическому росту и увеличит уровень экономической безопасности общества.

Для снижения дифференциации доходов населения в странах с рыночной экономикой реализуются меры государственной политики: прогрессивное налогообложение, а также прямые выплаты социально-уязвимым слоям населения. Эксперты ООН отмечают, что налоги играют существенную роль в области сокращения неравенства, обеспечивая поступление государственных средств для улучшения ключевых общественных услуг и для обеспечения социального страхования, принося пользу малоимущим, так и людям, находящимся в середине доходного распределения.

Таким образом, можно сказать, что по сей день существует социально-экономическое неравенство, которое тормозит экономический рост страны. Изменение ситуации в первую очередь зависит от степени эффективности государственной социально-экономической политики и системы институтов, образованных для проведения этой политики.

Исследование механизма воздействия растущего разрыва в доходах на торможение экономического роста позволило выделить следующие каналы влияния: неравенство способствует избытку сбережений; неравенство наносит ущерб долгосрочному экономическому росту за счет противодействия экономическим реформам; разрыв в доходах популяризирует уравнительную политику, противоречащую интересам бизнеса и рынка,

снижающую стимулы для инвестиций; ключевым моментом отрицательного влияния социальной дифференциации по доходам на экономический рост является нарушение равенства возможностей.

Литература

1. Динамика доходов населения. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики (февраль 2020). Аналитический центр при правительстве Российской Федерации. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/rus_feb_2020.pdf (дата обращения: 31.03.2021).
 2. Дорофеев М.Л. Экономическое неравенство в России: проблемы и пути их решения [Электронный ресурс] // Вестник университета. 2020. № 9. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskoe-neravenstvo-v-rossii-problemy-i-puti-ih-resheniya> (дата обращения: 31.03.2021).
 3. Global Wealth Report. Switzerland: Credit Suisse AG. 2019. 47 p. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.credit-suisse.com/media/assets/corporate/docs/about-us/research/publications/global-wealth-report-2019-en.pdf> (дата обращения: 31.03.2021).
- Научный руководитель – к-т экон. наук, доцент Шершинева О.И.*

УДК 336.27

ВЗАИМОСВЯЗЬ НАКОПЛЕНИЯ СУБЪЕКТАМИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ПУТЕМ ФИНАНСИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ БЮДЖЕТНЫХ МЕСТ В ВУЗАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Е. М. Архипова

Кафедра экономической теории и государственного управления
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Ekaterina.Arhipova@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности финансирования сферы образования как основного способа инвестирования субъектами РФ в человеческий капитал регионов. Дан анализ расходам на образование в консолидированных бюджетах субъектов с 2008 по 2018 года, выявлены регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры в сфере финансирования образования как вклада в человеческий капитал.

Ключевые слова: система образования, человеческий капитал, бюджет, субъект РФ.

На современном этапе рынок труда Российской Федерации как никогда нуждается в эффективных сотрудниках с высоким уровнем профессионализма. Парадигма внимания организаций смещается с производственной базы на кадровую. Навыки, знания и профессионализм работника – это и есть его человеческий капитал. Как организации стремятся привлечь к производству рабочих с высоким уровнем капитала, так и субъекты Российской Федерации заинтересованы в том, чтобы сохранять и преумножать уровень человеческого капитала в границах своего региона. В связи с этим проблемной является ситуация, когда регионы, вкладываясь в систему образования, сталкиваются с тем, что потенциальный человеческий

капитал в лице старшеклассников и абитуриентов утекает за пределы региона с целью получения высшего образования в других субъектах РФ. Это происходит из-за неравномерного распределения бюджетных мест в ВУЗах, и в связи с этим человеческий капитал по субъектам и федеральным округам РФ развивается неравномерно.

Если образование является бесплатным для обучающихся и их семей, это не значит, что оно является таким и для государства. Оно должно обеспечивать исполнение гарантий Конституции, посредством финансирования сферы образования из федерального бюджета и консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации. Важно понимать, что большинство средств на финансирование образования идёт именно из консолидированных бюджетов субъектов РФ, поэтому интеграция в мировое сообщество зависит именно от финансирования образования на региональном уровне.

Чтобы получить наиболее понятную картину размеров финансирования системы образования в Российской Федерации, нами были собраны данные отчетов об исполнении консолидированного бюджета субъектов РФ и бюджетов территориального государственного внебюджетного фонда за 2008-2018 года каждого региона России. После сбора данных нами была проведена сравнительная характеристика затрат на образование по сравнению с общими расходами бюджета во всех федеральных округах страны. Из проведенного анализа можно проследить следующую динамику: если 10 лет назад затраты субъектов РФ на систему образования составляли в среднем 23-24% от общих расходов во всех федеральных округах, то в 2018 эта цифра близится к 30%. На наш взгляд, это связано с реформированием системы образования в целом и в понимании важности повышения затрат в эту отрасль.

Общее образование закладывает в гражданах базу для последующего приобретения квалификации и профессиональных навыков, направлено на формирование и становление личности, что является наиболее важным в рамках теории человеческого капитала. Данные о финансировании общего образования представлены в таблице 1.

Таблица 1

Распределение субъектов Российской Федерации по объемам финансирования на общее образование в консолидированных бюджетах субъектов (в % от общих расходов)

5 регионов с низкими объемами финансирования	5 регионов с высокими объемами финансирования
--	---

Субъект РФ	Средние объемы финансирования, %.	Субъект РФ	Средние объемы финансирования, %.
Тюменская область	8,4	Республика Саха (Якутия)	18,44
Сахалинская область	8,9	Республика Алтай	20,1
Г. Санкт-Петербург	10,4	Забайкальский край	20,36
Г. Севастополь	10,4	Кабардино-Балкарская Республика	20,85
Магаданская область	10,9	Республика Дагестан	23,22

Здесь и возникает основная проблема регионов: вкладывая в общее образование около 20% из всех своих расходов, создавая внутри субъекта климат для формирования качественного человеческого капитала, они теряют старшеклассников, молодёжь, абитуриентов (в ком, собственно, и заключен потенциальный человеческий капитал региона) из-за их миграции в регионы, где наблюдается большее количество бюджетных мест в ВУЗах. Для того, чтобы понять масштабы данного процесса, мы проанализировали количество бюджетных мест в ВУЗах и их динамику за 10 лет, и данные по вышеперечисленным регионам представили в таблице 2. В Московской области, несомненном регионе-лидере по суммарному количеству бюджетных мест в ВУЗах, в 2018 было выделено 51870 бюджетных мест. Как можно увидеть в таблице, затраты регионов на общее образование совершенно не коррелируют с числом бюджетных мест в ВУЗах. Если ситуация кажется логичной в случае Сахалинской и Магаданской областей, где регионы вкладывают в общее образование 9-10% своего бюджета, то город Санкт-Петербург при таких же объемах расходов сосредотачивает в себе 24502 бюджетных мест.

Таблица 2

Распределение бюджетных мест в ВУЗах по субъектам Российской Федерации, 2018 год

Субъект РФ	Число бюджетных мест	Субъект РФ	Число бюджетных мест
Тюменская область	4148	Республика Саха	2320

		(Якутия)	
Сахалинская область	309	Республика Алтай	318
Г. Санкт-Петербург	24502	Забайкальский край	1394
Г. Севастополь	0	Кабардино-Балкарская Республика	1219
Магаданская область	277	Республика Дагестан	4000

Человеческий капитал является формой капитала, так как он – источник будущих доходов человека, организации или даже государства. Главное его отличие от других форм капитала состоит в том, что он воплощен в человеке и неотделим от него, не может продаваться или передаваться, как деньги или материальные ценности. При этом человек, организация или государство могут влиять на процесс накопления капитала посредством двух сфер: образования и здравоохранения. Результатом образования является новая, качественная рабочая сила с высоким уровнем квалификации, в которой так нуждается рынок труда регионов.

Таким образом, одним из наиболее серьезных вызовов, стоящим перед регионами России, является потеря потенциального человеческого капитала, а соответственно и затрат, связанных с его накоплением, в процессе массовой миграции молодых людей в регионы с наибольшим сосредоточением бюджетных мест. На наш взгляд, ситуацию исправит рост бюджетных мест внутри тех регионов, которые более всего страдают от утечки потенциального человеческого капитала.

Литература

1. Федеральный Закон №273 от 29.12.2012 «Об образовании в Российской Федерации»
2. Качество бюджетного приема в государственные вузы: средние и минимальные баллы ЕГЭ по вузам, 2012-2020 // Мониторинг качества приема в ВУЗы, НИУ ВШЭ. [Электронный ресурс]. URL: <https://ege.hse.ru/rating/2012/44361765/gos/>
3. Отчеты об исполнении консолидированных бюджетов субъектов РФ за 2008-2018 гг. // Официальный сайт Казначейства России [Электронный ресурс]. URL: <https://roskazna.ru/ispolnenie-byudzhetrov/konsolidirovannye-byudzhety-subektov/>
4. *Коротков, Э. М.* Менеджмент : учебник для академического бакалавриата [Электронный ресурс]. // Э. М. Коротков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 640 с. // ЭБС Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/430269> (дата обращения: 23.03.2021)
Научный руководитель – к.э.н., доцент Сурцева А.А.

**СЕКЦИЯ: «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПУБЛИЧНОГО
УПРАВЛЕНИЯ»**

УДК 35.354

**РОЛЬ И МЕСТО СОВЕТА ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО
СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАНЫ**

Т. Ю. Михайлова

Кафедра государственного и муниципального управления
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
tatyanamikhaylova12@gmail.com

В данной статье рассматривается проблема оценки деятельности Совета Федерации, понимания его работы и ознакомления населения с его функциями, тенденций развития Совета Федерации как органа законодательной власти. В статье также затрагивается тема доверия и одобрения населением «верхней» палаты, незнания граждан РФ своих сенаторов от регионов. В результате показаны роль и место Совета Федерации в системе органов государственной власти, сделаны выводы об одобрении населением деятельности «верхней» палаты на основе социологических исследований, определены тенденции развития органа.

Ключевые слова: Совет Федерации, место и роль в системе органов государственной власти, одобрение населением, государственное управление.

Совет Федерации – орган законодательной власти, деятельность которого по-разному оценивается специалистами из разных сфер. Кто-то пишет о том, что данный орган необходим для установления равновесия, сдерживания других ветвей власти, кто-то – о том, что он носит чисто декоративный характер. Другой проблемой является то, что для населения РФ деятельность Совета Федерации остается непонятной: если о Государственной Думе граждане РФ могут как-то рассуждать, знают о работе депутатов, то что входит в полномочия СФ и кто от их регионов является сенаторами для граждан РФ – загадка. Совет Федерации в настоящее время старается решить данные проблемы, проводя различные мероприятия.

Совет Федерации является представительным органов власти. Несмотря на то, что в Конституции РФ нет понятий «верхней» и «нижней» палаты, в реальности они есть и объясняются различными формами представительства Совета Федерации и Государственной Думы. Создан такой порядок формирования на основе мирового опыта, поэтому Совет Федерации – это верхняя палата, а Государственная Дума – нижняя. Отсюда и определяется роль палат в парламенте.

О Совете Федерации можно одновременно говорить и как о «слабой» палате, и как о «сильной». Ее слабость проявляется в ее полномочиях касательно Федеральных законов. Несмотря на то, что верхняя палата имеет отлагательное право вето, оно легко может быть преодолено нижней палатой большинством голосов. Полномочия Совета Федерации в данных вопросах

заканчиваются на том, что он может либо одобрить, либо отклонить проекты законов, не имея права внести какие-то изменения в его текст. С другой стороны, верхнюю палату можно рассматривать и как «сильную» в вопросах лишения неприкосновенности Президента, прекратившего свои полномочия, участия в процессе назначения силовых министров и прокуроров субъектов, назначения и отстранения от должности судей ключевых инстанций.

Внесение поправок 2020 года в Конституцию внесли свои изменения в положение и статус Совета Федерации: увеличился круг вопросов, которыми занималась верхняя палата, в каких-то вопросах сила органа была утрачена или изменилась на консультативную.

Председатель Совета Федерации, Валентина Матвиенко заявила, что «одна из поправок в Конституцию РФ закрепила создание в России условий для “взаимного доверия государства и общества”. Доверие теперь становится не только морально-этической категорией, но и одним из реальных конституционных приоритетов. Сила государства заключается прежде всего в доверии к нему со стороны граждан. Доверие – это источник экономического роста» [1]. Показатели одобрения также необходимы, поскольку они показывают оценку эффективности деятельности органа.

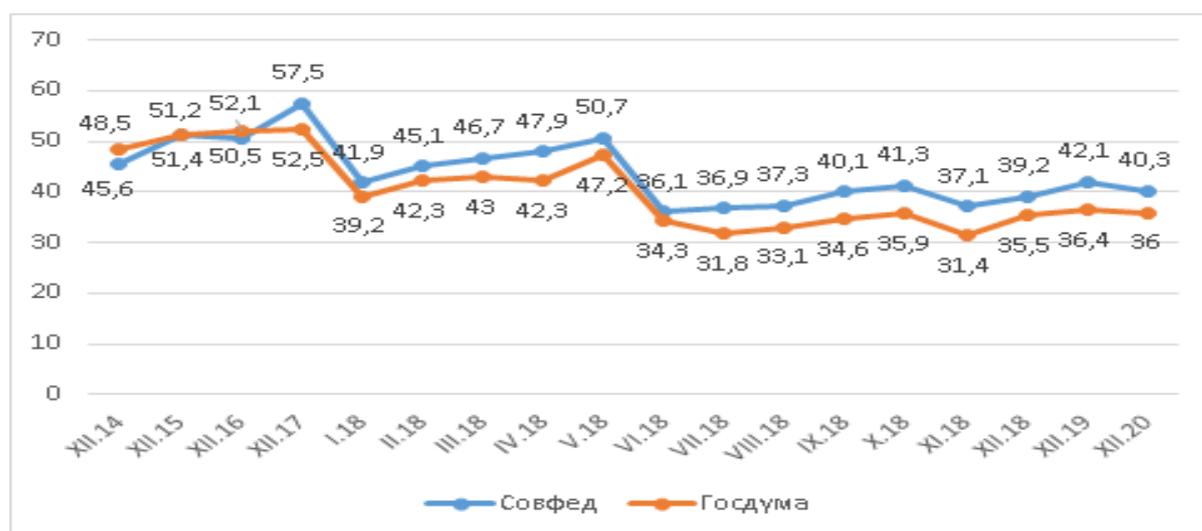


Рис. Уровень одобрения населением деятельности Совета Федерации и Государственной Думы за 2014 – 2018 гг., процент.

На заседании научно-методического семинара Аналитического управления, прошедшего 30 марта 2017 года, обсуждались вопросы мирового опыта двухпалатного устройства парламента, роль «верхних» палат, в том числе Совет Федерации. Был сделан вывод о том, что мероприятия по взаимодействию органа и населения, его информированием, ознакомлением с работой принесли свои плоды – за 5 лет (с 2011 по 2016) одобрение граждан деятельность Совета Федерации выросло на 16,6% и составило 46,6%; выросло также и доверие населения к работе данного органа. До июня 2018 года одобрение деятельности имело высокие показатели (50,7%), а затем

резко снизилось до 36,1% и держится практически на том же уровне. В 2021 году по результатам ВЦИОМ одобрение деятельности Совета Федерации составило 39% [2].

Говоря о тенденциях развития Совета Федерации как одной из палат Федерального Собрания, организация деятельности, полномочия и их реализация органа будут совершенствоваться. «Верхняя» палата получит новые полномочия и утратит другие так же, как произошло при принятии поправок к Конституции, тем самым, чтобы создать баланс, уход от предписывания органу статуса «слабого» или «сильного». Он не должен стать второстепенным органом, который не будет оказывать никакого влияния, как и не должен быть чересчур «сильным», перебивая власть других органов государственной власти, иначе система сдержек и противовесов не будет работать как нужно, а без ее реализации не будет стабильности и правомерности. Также будет повышаться уровень информированности населения о деятельности органа, тем самым повышаться уровень доверия к Совету Федерации и, конечно же, одной из задач должна быть – узнаваемость сенаторов от своего региона.

Литература

1. Состоялось заседание Научно-экспертного совета при Председателе СФ. Официальный сайт Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. [Электронный ресурс] – доступа: <http://council.gov.ru/events/chairman/121386/> (дата обращения: 12.03.2021).
2. Деятельность государственных институтов. ВЦИОМ. [Электронный ресурс] – доступа: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-gosudarstvennykh-institutov>
Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Курбатова М. В.

УДК 659.1

ТИКТОК КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ТОЧКА КАСАНИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА

М. А. Самойлова

Кафедра экономической теории и государственного управления
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

Samojlova.masha1@gmail.com

TikTok – социальная сеть и видеохостинг, которая существует всего 4 года, но уже имеет миллиард скачиваний пользователями со всего мира. Бытует мнение, что тиктокеры – это дети и подростки, то есть неплатежеспособная аудитория, которая не интересна бизнесу. Однако, уже сегодня статистика говорит об обратном: TikTok – новая точка касания бизнеса с потребителем.

Ключевые слова: TikTok в России, социальные сети для бизнеса, продажи в социальных сетях, продвижение, SMM.

TikTok - социальная сеть, которая появилась на мировом рынке в 2018 году и на сегодняшний день имеет уже миллиард скачиваний. TikTok работает как видеохостинг, то есть любой пользователь после регистрации

может снимать, редактировать и выкладывать видео или потреблять контент других пользователей.

Если в мае 2019 года аудитория TikTok в России составляла не больше 8 млн. пользователей, то в январе 2020 года их было уже 18 млн., а к октябрю того же года достигла 22,7 млн. Такие данные предоставила сама социальная сеть [1].

Многие предприниматели недооценивают возможности TikTok для продвижения своего бизнеса, ошибочно считая, что основная аудитория соцсети – это поколение Z (16 – 24 года). Действительно, в начале популярности этим видеохостингом, в основном, пользовались дети и подростки, но возрастная аудитория TikTok со временем поменялась. Сейчас чуть меньше половины пользователей – люди в возрасте от 25 до 44 лет, то есть самая платежеспособная аудитория. По данным на октябрь 2020 года 64% аудитории имеют средний и выше среднего уровни дохода [1]. Все это говорит о том, что площадка имеет большой потенциал для продвижения бизнеса и является перспективной в качестве точки касания с потенциальными клиентами.

Существует мнение, что пользователями социальной сети являются не те, кто установил приложение, а дети таких людей. Соответственно, пользователи 25-44 – это те, кто установил приложение на телефон для своего ребенка. Для того, чтобы смотреть на TikTok как на точку касания, которая приносит результат, стоит обратить внимание на возможность осуществления продаж на ней. Это позволит понять, есть ли действительно в TikTok платежеспособная аудитория.

Особенности TikTok как площадки для бизнеса выражается в следующих моментах.

Во-первых, пока TikTok не перегружен коммерческими аккаунтами, как ВКонтакте, Одноклассники, Instagram и Facebook. Это означает возможность бесплатного органического продвижения с большим охватом аудитории, более дешевую стоимость привлечения лида и клиента.

Во-вторых, использование социальной сети для локального бизнеса вряд ли будет результативным без рекламы, если речь не идет о крупных городах. TikTok показывает ролики любым пользователям, внимание при показе ролика уделяется интересам и выбранному языку. Соответственно, локальный бизнес может рассчитывать на таргетированную рекламу, но делать упор на органическое продвижение не стоит [2].

В-третьих, социальная сеть подходит для продвижения товаров и услуг, преимущественно B2C сегмента. Однако, это не отменяет возможности теста рекламных компаний для B2B.

Если посмотреть динамику роста самых популярных сейчас социальных сетей, то можно увидеть, как с увеличением количества пользователей увеличивалось количество рекламы и становилось меньше возможностей для бесплатного продвижения. В TikTok есть возможность бесплатного продвижения [3].

Социальная сеть сегодня – это площадка, где находится целевая аудитория практически любой ниши. Присутствие бизнеса на этих площадках уже является нормой. Дополнительная точка касания бизнеса с клиентом – возможность заявить о себе, выстроить доверительные отношения и провести холодную аудиторию по воронке продаж. Соответственно, стоит уже сейчас заводить аккаунт для продаж в TikTok и воспользоваться низкими затратами на рекламу.

Список литературы

1. Рудик, К. Аудитория TikTok в России: 64% обладают средним и выше среднего доходом [Электронный ресурс] // Quokka Media – Режим доступа: [https://quokka.media/novosti/industriya/auditoriya-tiktok-v-rossii/#:~:text=](https://quokka.media/novosti/industriya/auditoriya-tiktok-v-rossii/#:~:text= (дата обращения: 29.03.2021).) (дата обращения: 29.03.2021).
 2. Богомолова, Д. А. Социальная сеть Tik Tok как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций [Текст] / Д. А. Богомолова - М.: РУДН, 2020. – № 4 (44). – 572 с.
 3. Новицкий И. Интернет-маркетинг. Продвижение SEO [Текст] / И. Новицкий – М.: 2017. – 180 с.
- Научный руководитель – д.э.н., доцент Кузнецова О.Б.*

УДК 659.1

УТИЛИЗАЦИЯ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ: ЗАРУБЕЖНЫЕ ПРАКТИКИ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

М.С. Лобанов

Кафедра экономической теории и государственного управления
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

maksimlobanov99@yandex.ru

Аннотация. С каждым годом ситуация с экологией на нашей планете ухудшается и особый вклад в это вносят отходы, а именно бытовые отходы. Люди потребляют все больше и больше благ и тем самым ежегодно оставляя за собой тонны мусора на нашей планете. Для борьбы с этим необходим серьезный подход к сбору, переработке и вторичному использованию отходов. Государства разных стран решают эти вопросы и опыт части европейских стран, США и Японии рассматриваемый в статье выглядит положительным. В российских реалиях ситуация выглядит намного хуже и единственный способ обращения с ТБО – это вывоз на полигоны. Новые национальные проекты признаны решить вопрос, но пока о результатах говорить мало.

Ключевые слова: экология, твердые бытовые отходы, система обращения с отходами, утилизация отходов, переработка, вторичное сырье, государственное регулирование

В 21 веке как никогда остро встала проблема утилизации, переработки и вторичного использования отходов. Новые поколения, государства и компании стремятся стать ответственными к экологии на нашей планете. Население планеты стремительно увеличивает потребление благ и это сказывается на увеличении доли бытовых отходов на нашей планете. Один только пластик наносит огромный вред человеку, природе, и так далее, а

морские обитатели ежегодно гибнут из-за мусора в мировом океане. Не стоит забывать и про проблему глобального потепления.

Рассматривая зарубежные практики, можно сделать вывод, что с вопросом утилизации там работают давно и очень продуктивно. В европейском союзе самые строгие правила утилизации бытовых отходов и следовательно высокие штрафы за их нарушение. Тем самым страны европейского союза стараются быть впереди всех в вопросе утилизации. При этом население в этих странах также очень экообразовано и с детского садика детей приучают к ответственному потреблению и сортировке отходов. В Японии к вопросу утилизации относятся также серьезно, и каждый человек самостоятельно сортирует отходы дома и сдает их в строго определённые дни. Посмотрим на количество отходов на человека в некоторых странах мира:

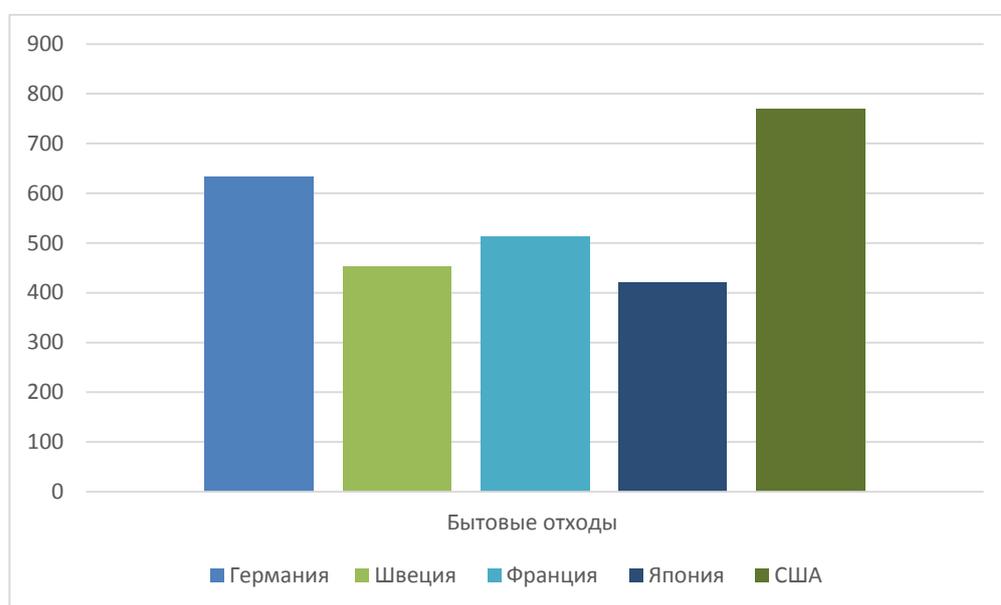


Рис.1 Средний объем бытовых отходов в год на человека в килограммах

Источник: Официальный сайт Всемирного банка [Электронный ресурс] – URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/brief/solid-waste-management> (дата обращения 15.05.2021)

Показатели неутешительные, но благодаря комплексному подходу решения этого вопроса вышеуказанные страны выдают высокие показатели переработки бытовых отходов. Швеция относится к странам с нулевыми отходами благодаря отлаженной системе. Из перерабатываемого мусора производят новые материалы, а все остальное отправляют на мусоросжигательные заводы, мощности которых направлены на отопление домов и горячее водоснабжение. Сбор отходов отдельный и жители выносят сортированный мусор в различные баки, крупногабаритный мусор отвозят на специальные пункты сбора.

В Германии также действует отдельный сбор отходов. Жители выбрасывают мусор в разные баки, стекло отвозят в специальные пункты сбора, а пластиковые бутылки сдают в фандоматы и получают за это купоны на скидку в магазинах. Производители не отвечают за переработку своей тары, но за это они платят деньги государству. Система штрафов развитая и, например за вывоз негабаритного мусора в неположенное место положен штраф до 2400 евро. Действует система социальной ответственности и при отказе жильца платить утилизационный сбор заплатит весь дом [3].

Опыт Франции тоже довольно интересный. Здесь тоже действует отдельный сбор отходов, а пищевые отходы выбрасываются без мешка, чтобы службы на месте смогли проконтролировать правильность сортировки. Активно работает и государство, которое старается продвигать экологичный и ответственный образ жизни в массы. Из-за норм Еврокомиссии пластиковые пакеты запрещены во всей стране [4]. От мусоросжигательных заводов стараются отказываться. Система штрафов также обширная и максимальный штраф составляет 150 евро.

В Соединенных Штатах Америки проблема утилизации и ответственного потребления с каждым годом становится все более значимой. Государство активно стимулирует граждан к экологичному образу жизни и, к примеру рассортированный мусор вывозится абсолютно бесплатно. Америка лидер по производству и потреблению пластика. Во многих штатах запрещена продажа одноразовой посуды, а также действует федеральная программа RRR- Reduce, Reuse, Recycle. Цель этой программы заключается в повторной переработке и сокращению мусорных полигонов на территории страны.

Япония подходит к вопросу утилизации строго. Основной способ борьбы с отходами – это мусоросжигание. Каждый японец сортирует мусор и хранит его дома до приезда мусорной службы. В стране нет разноцветных баков и налогов на вывоз отходов тоже. Налоги входят в стоимость мусорных пакетов. Все что можно сжечь сжигают, а опасные отходы вывозят в менее развитые страны. Пластик перерабатывают, но большинство все равно сжигают.

В России ситуация более печальная. Люди в нашей стране абсолютно не приучены к ответственному потреблению. Изменения заметны только у нового поколения. Люди не понимают зачем им это надо и какую пользу это может принести. Официальный отдельный сбор отсутствует и единственный способ сдать отдельные отходы – это частные инициативы. С каждым годом таких пунктов сбора становится все больше и интерес к этому растет. В частности, это связано с популяризацией «зеленого» образа жизни зарубежными компаниями, которые активно начинают экологическую программу на территории нашей страны. Основной проблемой являются мусорные полигоны, на которые свозят все отходы без разбора, в следствии такие полигоны загрязняют природу [1]. В стране

действуют и другие способы избавления от мусора, но они практически не используются, что видно на диаграмме:



Рис. 2 Соотношение способов избавления от бытовых отходов в России в Источник: Государственный доклад «О состоянии и об охране окружающей среды в Российской Федерации в 2017 году»,

Стоит отметить, что ежегодно количество отходов у россиян растет и для этого необходимо все больше и больше полигонов. Тут возникает риск незаконных свалок и рост недовольства населения. Достаточно вспомнить протесты в Архангельской области по поводу московской свалки «Шиес». Тогда тысячи неравнодушных людей со всей страны буквально жили там и не подпускали строительную технику. В результате строительство полигона было приостановлено. Такая активная позиция к экологическим проблемам не может не радовать.

В 2018 году Президентом России были подписаны национальные проекты и, в частности, национальный проект «Экология», направленный на улучшение экологической обстановки в нашей стране [2]. Федеральный проект «Комплексная система обращения с твердыми коммунальными отходами» как раз направлен на вопросы связанные с сбором, утилизацией и вторичным использованием отходов. Цели национального проекта масштабные. Один из показателей — это отправка 60% бытовых отходов на переработку. На данный момент особых результатов по этому федеральному проекту нет. В 2019 году президентом России был подписан указ о создании российского экологического оператора. Создание такого оператора необходимо для проведения экологических реформ и предотвращением вредного влияния отходов на экологию. При этом Минприроды заявляет, что смогут наладить переработку отходов быстрее чем в европейских странах. Переход к замкнутому типу экономики при активной переработке и вторичному использованию отходов будет помогать росту внутреннего валового продукта. На данный момент

остается только ждать и надеется на успех экологической программы в нашей стране.

Литература

1. Федеральный закон от 24.06.1998 г. № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления // Официальный сайт Президента России [Электронный ресурс] – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/12555> (дата обращения 15.04.2021)
 2. Указ президента России «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» от 08.05.2018 г. // Официальный сайт Президента России [Электронный ресурс] – URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/57425> (дата обращения 15.04.2021)
 3. Официальный сайт Всемирного банка [Электронный ресурс] – URL: <https://www.vsemirnyjbank.org> (дата обращения 15.04.2021)
 4. Eurostat // Официальный сайт статистической службы Европейского союза [Электронный ресурс] – URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (дата обращения 15.04.2021)
- Научный руководитель – к.э.н., доцент Савинцева С.А.*

УДК 33.024

КЛАСТЕРНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ КАК ОБЪЕКТ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

А. Е. Козымаева

Кафедра Экономической теории и государственного управления
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
kozimaeva@mail.ru

Аннотация. Определение значения кластерных инициатив для российской экономики актуально в настоящее время. В статье определяется сущность кластерных инициатив в качестве объектов кластерной политики, их роль в повышении конкурентоспособности страны.

Ключевые слова: кластерная политика, кластерные инициативы, кластер, социально-экономическое развитие.

Современные условия динамичности развития стран диктуют необходимость использования наиболее эффективных инструментов обеспечения высоких темпов экономического роста. Одним из таких инструментов, исходя из мировой практики, признается кластерная политика.

Кластерная политика предполагает осуществление «тройной спиралью» комплекса мер по поддержке и развитию кластеров и кластерных инициатив. Одним из направлений по реализации кластерной политики является содействие развитию кластерных инициатив в регионах Российской Федерации.

Как показывает мировая практика, эффективное развитие кластеров напрямую зависит от реализации кластерных инициатив. Под кластерными инициативами понимаются согласованные действия участников кластера, направленные на повышение конкурентоспособности и развитие кластера [1]. Взаимодействие хозяйствующих субъектов, обусловленное их внутренним побуждением, способно стимулировать повышение

инновационной активности в регионах. Данное условие способствует освоению инновационных технологий, в местные кластеры привлекаются новые источники инвестиций, а также создаются новые рабочие места – все это положительно влияет на диверсификацию производства [1]. В рамках кластерной политики дальнейшая поддержка кластерных инициатив позволяет создавать в регионе условия, при которых конкурентоспособность региона повышается, и как следствие – повышается и конкурентоспособность Российской Федерации. В этой связи можно считать кластерные инициативы объектом кластерной политики.

В Российской Федерации в настоящее время действует 116 кластеров. Все они распределяются по субъектам Российской Федерации, количеству участников, году создания, уровню организационного развития, специализации и статусу. Статус кластера присваивается определенной территории, которая обладает набором успешно функционирующих предприятий, научных организаций и объектов обслуживающей инфраструктуры [1]. В отношении кластеров выделяются следующие виды государственной поддержки: поддерживается центром кластерного развития в рамках программы Минэкономразвития России по поддержке малого и среднего предпринимательства, включен в перечень пилотных инновационных территориальных кластеров, включен в перечень промышленных кластеров, утверждаемый Минпромторг России [2]. Распределение кластеров по статусу представлено в табл. 1.

Таблица 1

Распределение кластеров по статусу

Вид статуса / государственной поддержки	Количество кластеров
Поддерживается центром кластерного развития в рамках программы Минэкономразвития России по поддержке малого и среднего предпринимательства	64
Включен в перечень пилотных инновационных территориальных кластеров	29
Включен в перечень промышленных кластеров, утверждаемый Минпромторг России	9
Не имеет статуса	28

Источник: составлено автором на основе Карты кластеров России [2]

Из представленных кластеров имеют два вида государственной поддержки 14 кластеров.

Как видно из таблицы, наибольшую долю кластеров составляют кластеры, поддерживаемые центрами кластерного развития. В Российской Федерации центры кластерного развития являются институтами развития территориальных кластеров: осуществляют поддержку и реализацию

кластерных инициатив в субъектах. В качестве цели существования центров кластерного развития выступает создание условий для эффективного взаимодействия как участников территориальных кластеров, так и органов власти, учреждений науки и образования, инвесторов, некоммерческих и общественных организаций в интересах развития территориальных кластеров и реализации совместных проектов [3].

В процессе поддержки центрами кластерного развития кластерных инициатив создаются условия для эффективного развития инновационных территориальных кластеров, которые способствуют развитию высокотехнологичных сфер на определенной территории региона. В Кемеровской области статус инновационного территориального кластера с поддержкой центра кластерного развития носит один кластер – Углекимический кластер Кемеровской области.

Крупнейшим угольным месторождением в мире признается Кузнецкий угольный бассейн, поэтому развитие Углекимического кластера является стратегической задачей как Кемеровской области, так и Российской Федерации в целом.

Углекимический кластер Кемеровской области был создан в 2012 году. В настоящий момент он находится на начальном этапе развития. Главной целью создания кластера является усиление конкурентоспособности региональной экономики за счет внедрения результатов НИОКР, привлечения инноваций и мирового опыта в сфере комплексной переработки угля и отходов, получаемых при его добыче, обогащении и сжигании [3]. По данным Геоинформационной системы индустриальных парков, технопарков и промышленных кластеров (ГИСИП) на 2021 в кластер входит 60 участников, а численность работников организаций-участников кластера составляет 9225 человек [4]. По сравнению с 2014 годом число организаций-участников кластера выросло на 23,4%, а количество работников увеличилось на 13,2% (в числовом выражении соответственно – 46 и 8015). Организационное развитие кластера и усиление кооперационных связей между участниками, развитие кадрового потенциала – это приоритеты развития кластера [3]. Ключевая особенность кластера – широкая производственная цепочка, основанная на многовариантности использования каменного угля. Для реализации задач кластером развивается сектор исследований и разработок, например, кластером реализуется совместный проект «Создание опытно-экспериментального многофункционального стенда для разработки базовых технологий комплексной переработки бурых и окисленных углей» [3]. Однако, Углекимический кластер пока требует организационных доработок, есть необходимость в более новой и доступной информации о развитии кластера.

Россия является одним из ключевых игроков на мировом энергетическом рынке. При постоянно растущих потребностях в энергоресурсах растет и спрос на более эффективные и инновационные решения. В этом случае поддержка и развитие кластеров и кластерных инициатив может послужить

инструментом для выявления проблем социально-экономического развития, инвестиционных возможностей региона и развития инновационной и промышленной политики региона.

Литература

1. Проняева Л.И., Федотенкова О.А, Павлова А.В. Кластерные инициативы как инструмент развития конкурентоспособности экономики [Электронный ресурс] // Вестник ВГУ. Экономика и управление. – 2018. – №1. — С. 43-52. – Режим доступа: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/econ/2018/01/2018-01-07.pdf> (дата обращения 06.04.2021).
 2. Карта кластеров России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://map.cluster.hse.ru/list> (дата обращения 08.04.2021).
 3. ГАУ КО «Мой бизнес» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://moibiz42.ru/departments/centr-klasterного-razvitiya/> (дата обращения 07.04.2021).
 4. Геоинформационная система промышленных парков, технопарков и промышленных кластеров [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://gisip.gov.ru/gisip/#!ru/clusters/147/> (дата обращения 10.04.2021).
- Научный руководитель – канд. экономических наук, доцент Апарина Н. Ф.*

УДК 330.5

ПРИЧИНЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Д. А. Кузьмич

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

Аннотация.

Предмет. На уровень жизни населения оказывают воздействие множество различных факторов, среди которых экономический рост, несомненно, занимает важное место. Факторы, оказывающие влияние на формирование моделей экономического роста, меняются с течением времени. В данной исследовательской работе был изложен ряд причин, способствующих созданию современных моделей экономического роста, которые до сих пор являются актуальными. Предметом исследования являются причины формирования современных моделей экономического роста. **Цели.** Цель курсовой работы заключается в выявлении новых, неизвестных ранее причин формирования современных моделей экономического роста. **Методология.** В процессе исследования были использованы такие методы исследования, как описание, сравнение и анализ. **Результаты.** В результате проделанного исследования было выявлено, что традиционные модели экономического роста, как правило, опирались на классическую структуру факторов производства – труд, капитал и земля. Но с течением времени данная выявленная тенденция стала сдавать свои позиции. Мы выявили, что причинами формирования современных моделей экономического роста являются: переход на альтернативные факторы производства, развитие инноваций и изменения отношения к экологии. **Выводы.** Проведенное исследование позволило сделать вывод, что современная теория экономического роста теряет свой обычный вид. Появляются новые нюансы, теории, исследовательские задачи, которые предстоит решать новому поколению ученых.

Ключевые слова: экономический рост, ВВП, модели экономического роста, причины формирования моделей экономического роста.

Введение. Традиционные модели экономического роста, как правило, опирались на классическую структуру факторов производства – труд, капитал и земля. Достижению устойчивых и высоких темпов экономического роста, увеличению объемов национального производства может способствовать рациональное использование факторов производства или модернизация. Эволюция проблемы экономического роста включала в себя такой содержательный момент, что структура факторов производства способна меняться с течением времени.

Предмет и методы исследования. Предметом исследования являются причины формирования современных моделей экономического роста. В процессе исследования были использованы такие методы исследования, как описание, сравнение и анализ.

Результаты и их обсуждение. Материальные ресурсы планеты подвержены истощению, и единственно возможным выходом из ситуации – переход на такие факторы производства, которые не могут иссякнуть. Именно знание и образование являются яркими примерами таких факторов, данные факторы неисчерпаемы. Это и является одной из причин формирования современных моделей. Последнее столетие образование и знание стали одними из наиболее востребованных товаров на рынках ресурсов. Как говорил А.В. Трохимчук: «покупается не сотрудник, а его квалификация, знания и умения». Из этого следует, что формирование трудовых ресурсов и, как результат, объемы получаемых доходов напрямую зависят от образования и знания, так как и то, и другое оказывают огромное влияние на ВВП. Знание и образование поистине считаются одними из основных факторов, оказывающих влияние на экономический рост [1, с. 7]. На наш взгляд, эти два фактора являются очень перспективными для инвестиций, именно в них нужно направлять имеющиеся денежные и иные ресурсы для дальнейшего развития. Преумножать национальный доход нужно посредством внедрения научных разработок и знаний, а не через увеличение количества используемых факторов производства. Благодаря теории человеческого капитала, описанной такими экономистами как Г. Беккер, Т. Шульц, Э. Денисон, взаимосвязь знания, образования и экономики стала одним из наиболее изучаемых вопросов последнего времени [1, с. 8-9]. С возникновением данной теории инвестиции в образование и накопление человеческого капитала стали признаваться главными факторами экономического роста в долгосрочном периоде. Также, А. Грейнер, Д. Ромер, Н. Мэнкью обосновали и подтвердили взаимосвязь между ВВП, человеческим капиталом, конкурентоспособностью, образованием и устойчивыми темпами экономического роста. Р. Лукас, С. Ребело, как и многие другие экономисты того времени, отмечали, что инвестиции в человеческий капитал являются основным источником экономического роста [1, с. 8-9]. Множество вышеперечисленных экономистов впоследствии представили свои современные модели экономического роста.

Существует еще одна причина возникновения современных моделей экономического роста – развитие инноваций. Человек, расширяя свой потенциал и свои способности, вечно стремится к созданию чего-то нового, желая, при этом, изобрести или придумать нечто такое, что упростило бы ему жизнь. Инновации являются результатом инвестиций в развитие человеческого капитала. Их можно расценивать как особый, специфический вид знаний и результат соединения умственного, научного и материально-вещественного потенциала [2, с. 413]. Экономический рост и инновации имеют тесную взаимосвязь, так как инновации являются прямым путем к извлечению большей экономической выгоды из разных процессов, и, как следствие, более быстрому и устойчивому наращиванию объемов национального производства. Авторами моделей, которые стали основой теории инноваций в экономическом росте, являются П. Ромер, Г. Гроссман, Э. Хелпман и др. Необходимо также отметить вклад Й. Шумпетера, так как именно он ввел понятие «инновации» и совершенно с другой точки зрения определил значение предпринимателя в экономическом росте [2, с. 415].

Следующей причиной формирования современных моделей экономического роста является изменение отношения к окружающей среде. Экономический рост способен оказывать не только положительное воздействие, но также и негативное. Ярким примером может служить ухудшение состояния экологии нашей планеты. Экономический рост, как правило, сопровождается увеличением производства, ростом потребления, ростом использования природных ресурсов и т. д. – все это способно оказывать пагубное воздействие на окружающую среду. Развитие технологий (появление машин и заводов, вырубка лесов, строительство домов, использование большего количества природных ресурсов) ведет к потерям в экономике, так как трата определенного количества денежных ресурсов на предотвращение или решение возникающих проблем сужает возможности экономического развития страны [3, с. 189-190]. Негативное воздействие на экологию является одним из факторов, замедляющих экономический рост. Существует такое явление, именуемое как «валовой внутренний побочный продукт». Оно включает в себя загрязнение окружающей среды, выброс химических веществ в атмосферу, автомобильные свалки, перенаселение и т. д. – все перечисленное является обратной стороной экономического роста. Именно поэтому современные модели должны учитывать не только положительные результаты, но и отрицательные, так как от этого напрямую зависят темпы и то, какую направленность имеет экономический рост.

Невозможно не учитывать в современной экономике влияние цифровой революции. Появляются новые продукты, ресурсы, сферы экономики, наконец, она сама принимает новый облик – уходит в виртуальное пространство. Пока нет единства в вопросе о том, в какой мере цифровая экономика влияет на объем ВВП, однако факт этого влияния отрицать практически невозможно [4, с. 202-206].

Выводы. В конце хотелось бы сказать, что исследование экономического роста – это достаточно плодотворная почва для размышлений и для создания собственных теорий и концепций. На данный момент теорий, описывающих экономический рост, его развитие и прогнозы на будущую перспективу, очень и очень много. Но с уверенностью можно сказать, что через некоторое количество лет их станет в разы больше.

Литература

1. Примышев И. Н. Факторы и современные модели экономического роста и развития // Теоретическая экономика. 2020. № 4 (64). С. 53- 61.
2. Коровникова Н. А. Образование и экономический рост // Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. 2019. № 3. С. 7-14.
3. Челнокова О. Ю. Модели инновационного роста экономики // Известия Саратовского Университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2017. № 4. С. 413-417.
4. Саракаева З. Х., Урузбиева С. У. Экономический рост и проблема экологии в современных условиях // Труды Грозненского Государственного Нефтяного Технического Университета им. Миллионщикова. 2010. № 10. С. 282-291.
5. Щербакова Л. Н., Евдокимова Е. К., Савинцева С. А. Человек «информационный» как новый субъект цифровой экономики // Фундаментальные исследования. 2019. № 11. С. 202-206. *Научный руководитель – д-р экон. наук, профессор Щербакова Л. Н.*

СЕКЦИЯ: «РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ И ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

УДК 09.908

**ИСТОРИЯ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:
НАСЛЕДИЕ МАМОНТОВЫХ**

Е. А. Белоусова

Кафедра финансов и кредита

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

creator_of_worlds@mail.ru

В докладе рассматривается экономическая и социальная деятельность супружеской четы и предпринимателей Мамонтовых в XX веке, их вклад в искусство и культуру. Приведено описание организаций, учреждённых Саввой Ивановичем и Елизаветой Григорьевной, их контакты с другими деятелями того времени и наследие, которое они оставили после себя. Цель работы – показать, что уже достаточно давно предприниматели обращались к мысли, что их целью является не только получение материальной выгоды, но и развитие социальной и духовной сфер общества.

Ключевые слова: дореволюционная Россия, дореволюционные предприниматели, социальное предпринимательство, общественная деятельность, наследие предпринимателей.

В российской истории ярким и самобытным явлением был Мамонтовский кружок. Он внёс вклад в развитие культуры и российского искусства двадцатого века, и его история является напоминанием о том, что русские купцы нередко были поклонниками прекрасного.

Этот кружок основали супруги Мамонтовы. Дадим краткое описание их деятельности.

Савва Иванович являлся московским промышленником и железнодорожным строителем. Другой же стороной его деятельности были искусство и меценатство. Савва организовал профессиональную оперу для распространения русской музыки, также помогал художникам как объективной критикой, так и материально. Он хорошо разбирался в художественном искусстве, сам писал картины, а позже увлёкся лепкой и создал множество скульптур. Также Мамонтов являлся одним из организаторов Товарищества художников в Москве, на котором экспонировались в том числе и его собственные работы.

Елизавета Григорьевна, урождённая Сапожникова, в основном покровительствовала художникам, однако её интерес распространялся на многие области науки и искусства, например, на музыку, архитектуру и математику. Она неоднократно бывала за границей и встречалась с разными деятелями культуры.

В 1870 году, весной, Мамонтовы купили у Аксаковой Софьи Сергеевны имение Абрамцево недалеко от станции Хотьково-Ярославской железной дороги. С тех пор эта усадьба зажила новой жизнью благодаря известному многим Мамонтовскому кружку. Его членами в разное время были такие небезызвестные люди, как Станиславский, Васнецов или Римский-Корсаков. Все, кто входили в этот кружок, активно стремились развивать русское искусство и преобразовывать повседневную жизнь с помощью творчества.

Елизавета Григорьевна была дружна со многими художниками. Те часто спрашивали её советов, вели с ней переписку и дарили картины.

Мамонтовы и их последователи тратили немало сил на изучение и распространение традиций творчества русского народа. Ими был создан музей русского народного творчества в Абрамцево. История его коллекции началась с того, что на одном из домов Мамонтова и художника метили резную доску, искусно украшенную растительным орнаментом. Хозяйка дома согласилась продать её в музей усадьбы Абрамцево.

С этого времени члены кружка стали регулярно обследовать окрестности усадьбы. Посетили они и Гефсиманский скит, расположенный близ Троице-Сергиевой Лавры. В результате коллекция пополнилась резным настоятельским креслом XVI в., старинным свечным столом, игрушками работы Сергиевских мастеров. Вскоре новость о том, что в Абрамцево скупают старинные красивые вещи, разнеслась по всей округе, и люди стали приносить сюда многие предметы, передававшиеся из поколения в поколение: домашнюю утварь, одежду и прочие предметы быта.

В мае 1885 года Елизавета вместе со своей близкой подругой совершили экспедицию в Ярославль и Великий Ростов, чтобы разыскать образцы крестьянского искусства. Также поиски велись на всех ярмарках в окрестностях Абрамцева. Интересовали Мамонтовых не только артефакты давних времён, но и произведения современных мастеров.

Стремительно стекавшиеся в усадьбу вещи требовали ухода, систематизации, помещений для хранения и показа. Поэтому весной 1885 г. был создан вышеупомянутый музей — один из первых музеев такого рода в России. Его коллекция постоянно пополнялась, поэтому время от времени требовался переезд во всё более просторные помещения. Торжественное открытие состоялось в мае 1885 года.

Музей — первое, но далеко не последнее учреждение, которое открыла супружеская чета. Также Елизаветой Григорьевной была создана бесплатная лечебница для жителей ближайших деревень. В 1873 году в деревне Быково открылась школа для девочек, просуществовавшая 33 года. Примечательно, что все школьные принадлежности выдавались бесплатно.

На основе столярной мастерской, которая существовала в Абрамцево с 1876 г., была возведена художественно-столярная мастерская при школе грамотности для крестьянских детей. Елизавета Григорьевна смогла обеспечить заработком каждого закончившего её мастера, при этом они

успевали заниматься другими делами в деревне. За обучение не взималась плата, через три года каждый ученик получал верстак и набор инструментов. По окончании обучения выпускник работал один год у Мамонтовой, получая плату. Далеко не каждая семья могла позволить себе платить за образование своих детей – такая мастерская была отличным выходом. Кроме того, в эту школу принимались и сироты.

Деятельность абрамцевской учебной мастерской в конце XIX — начале XX вв. явилась определяющей в развитии кустарных занятий жителей Абрамцева и его окрестных селений. Из ее стен вышла не одна сотня талантливых столяров и резчиков.

Другой важной деятельностью Елизаветы Григорьевны было ее участие в строительстве в 1881–1882 годах храма Спаса Нерукотворного. Теперь у крестьян ближних деревень было духовное пристанище.

Таким образом, Мамонтовы послужили отличными проводниками для распространения разного рода искусств, из стен их учебных заведений вышли сотни мастеров, а художники по всей России получили поддержку. Не стоит полагать, что предприниматели вносят свой вклад исключительно в экономику – их наследие остаётся и в социальной, и в духовной жизни народа.[1]

Литература

1. Румянцева, Л. Елизавета Григорьевна Мамонтова / Л. Румянцева // Отчина. — 2002. — № 1.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Корчагина И.В.

УДК 338.242

ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ

Е.С. Смирнягина, Д.А. Галимзянова

Кафедра бухгалтерского учета, анализа, аудита и налогообложения
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

Smirnyagina.lizochka@mail.ru, Galimzyanova.darya@bk.ru

Аннотация. В научных кругах во все времена достаточно активно изучались проблемы взаимодействия органов власти и бизнес-структур, такие исследования не теряют свою актуальность и на сегодняшний день в связи с постоянными процессами реформирования, наличием экономических кризисов и другими социальными явлениями.

В рамках исследования планируется изучить историю взаимоотношений государства и бизнеса в дореволюционной России и сделать вывод об эффективности такого сотрудничества.

Задачи исследования:

1. Изучить меры поддержки бизнеса со стороны государства
2. Выявить основные причины сотрудничества государства и бизнеса
3. Рассмотреть примеры успешного сотрудничества государства и бизнеса

Ключевые слова: государство и бизнес, дореволюционная Россия, государственно-частное партнерство.

Отечественный опыт взаимодействия бизнеса и государственных структур изучен недостаточно. В истории в разные периоды зафиксированы лишь единичные случаи взаимодействия частных лиц и государства. Следует отметить, что основной причиной таких отношений чаще всего были затруднения государства в решении определенных задач и проблем.

Низкая предпринимательская активность населения в период существования крепостного права являлись серьезным препятствием на пути развития государственно-частного партнерства. В научном кругу распространено мнение о том, что только после отмены крепостного права можно говорить о развитии государственно-частных отношений. По другим версиям задатки подобного сотрудничества появились намного раньше.

Обратимся к истории 16 века. В то время одной из самых распространенных форм государственно-частного партнерства являлась концессия, которая предусматривала передачу муниципального имущества личному лицу на конкретный срок, который обязан реализовать строительство или же реконструкцию переданного имущества и имеет право получать доход от его применения. В 1558 году одними из первых концессионерами стали купцы Строгановы. В апреле 1558 года царь Иван Грозный пожаловал им земли от устья реки Лысьвы до устья реки Чусовой. Причиной этого шага стала неспособность государства защитить все свои границы самостоятельно. Все ресурсы на тот момент были направлены на участие в Ливонской войне. В то же время была угроза со стороны Крымского ханства. Поэтому Иван Грозный отдал землю для защиты, обустройства, заселения и просвещения ее жителей.

В истории есть примеры сотрудничества страны с зарубежными частными партнерами. Первая концессия иностранной фирме была выдана в 1555 году на добычу железной руды. В дальнейшем, вплоть до 17 века продолжала развиваться практика предоставления концессий зарубежным фирмам.

При правлении Петра I также были примеры. Основным инициатором сотрудничества все еще оставалось государство. Так, в 1702 году железный завод был передан Никите Демидову, предпринимателю, для развития производства, являющегося необходимым на тот момент для армии. Продукция завода передавалась государству, а оно, в свою очередь, предоставляло топливо и рабочую силу.

Многие исследователи убеждены, что в России полноценный опыт государственно-частного партнерства был в 1860-е года. Это связано с такими событиями как отмена крепостного права и масштабное железнодорожное строительство. После Крымской войны существовал недостаток денежных средств, в связи с этим для развития сети железных дорог правительство прибегло к концессионной форме сотрудничества с

отечественными железнодорожными компаниями. В 1838 году по результатам первой концессии в области железнодорожного дела была введена в эксплуатацию железная дорога Санкт-Петербург - Царское Село - Павловск.

Стоит отметить, что гораздо быстрее и успешнее происходило бы развитие государственно-частных отношений при наличии специальных законов, регламентирующих отношения между государством и частными лицами.

Подводя итоги, можно заявить о том, что в России за всю историю накоплен разный опыт в сфере сотрудничества государства и частных лиц, связанных с развитием экономики страны. Как правило, подобные отношения были вызваны первостепенно нуждами государства оперативно решить насущные проблемы, имея при этом недостаток финансовых ресурсов. Правители активно поддерживали личную инициативу частных лиц, использовали не только денежные ресурсы, но и знания и умения частных лиц.

В рамках исследования мы изучили историю государственно-частных отношений, рассмотрели несколько примеров успешного сотрудничества.

Литература

1. Баскакова, Н. П. Развитие форм сотрудничества частного капитала и государства в дореволюционной России / Н. П. Баскакова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 10 (114). — URL: <https://moluch.ru/archive/114/31798/> (дата обращения: 10.04.2021).
2. Борщевский Г. А. Государственно-частное партнёрство: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 344 с. — Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс. — ISBN 978-5-9916-4863-9.
3. Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия [Текст] : монография / науч. ред. и рук. авт. колл. А. Н. Шохин; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. — 349, [3] с. — 600 экз. — ISBN 978-5-7598-0933-3 (в пер.).
4. Варнавский В. Г. Основы государственно-частного партнерства (теория, методология, практика): учебник / руководители авт. коллектива: А. Г. Зельднер, В. Н. Мочальников. — М.: Анкил, 2015. — С. 15.

Научный руководитель – к.э.н., доцент Корчагина И.В.

УДК 338.2

МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ: ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ

Е. А. Баскакова, О. А. Вертопрахова

Кафедра отраслевой и региональной экономики
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»
elena.baskakova18@yandex.ru

Секция: «Развитие предпринимательской инициативы и проектной деятельности»

Аннотация. Данная тема является актуальной, поскольку малый и средний бизнес помогают заполнять те ниши рынка, в которых наблюдается неудовлетворенный спрос и меняют сферы, которые теряют актуальность для общества, то есть решают проблемы. Объектом данной статьи являются малое и среднее предпринимательство в Кемеровской области. Предметом данной работы являются особенности и проблемы малого и среднего предпринимательства Кемеровской области. Целью исследования является выявление проблем и способы их решений в малом и среднем предпринимательстве в Кузбассе. Методами исследования являются анализ, сравнение, обобщение и индукция. В статье представлены результаты исследования особенностей и проблем малого и среднего предпринимательства в Кузбассе, а также проанализированы структуры и поддержка малого и среднего предпринимательства по Кемеровской области. В результате проведенной работы были выявлены особенности малого и среднего предпринимательства в Кузбассе, найдены проблемы, ограничивающие более быстрое и эффективное развитие малого и среднего бизнеса, а также сформулированы предложения, предусматривающие решение данных проблем.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство (МСП), Кемеровская область, Кузбасс, предпринимательская деятельность, финансирование.

Согласно Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области – Кузбассу на 1 января 2021 года насчитывается 45891 индивидуальный предпринимателей, экономическая деятельность которых многообразна[1].

В ниже представленной таблице 1 показаны изменения количества индивидуальных предпринимателей на период 2017-2021 годов.

Таблица 1

Динамика индивидуальных предпринимателей в Кузбассе

Дата	Количество индивидуальных предпринимателей	Темп прироста, %
1 января 2017 г.	50349	-
1 января 2018 г.	49581	98,5
1 января 2019 г.	50727	102,3
1 января 2020 г.	41090	81
1 января 2021 г.	45891	111,7

Так, исходя из таблицы 1, можно сделать вывод, что на период 2017-2021 годов число предпринимателей постоянно изменялось как в сторону увеличения, так и уменьшения, но в 2020 году оно резко сократилось с 50727 до 41090 (количество индивидуальных предпринимателей уменьшилось на 9637). Основными причинами слабого роста и резкого сокращения числа индивидуальных предпринимателей являются постоянный отток численности населения из Кемеровской области, высокая конкуренция, снижение доходов населения, а также влияние пандемии.

На рисунке 1 представлена структура индивидуальных предпринимателей по видам экономической деятельности на 1 января 2021 года. Исходя из

Секция: «Развитие предпринимательской инициативы и проектной деятельности»

данного рисунка, видно, что значительную часть индивидуальных предпринимателей занимает торговля оптовая и розничная и транспортировка и хранение.

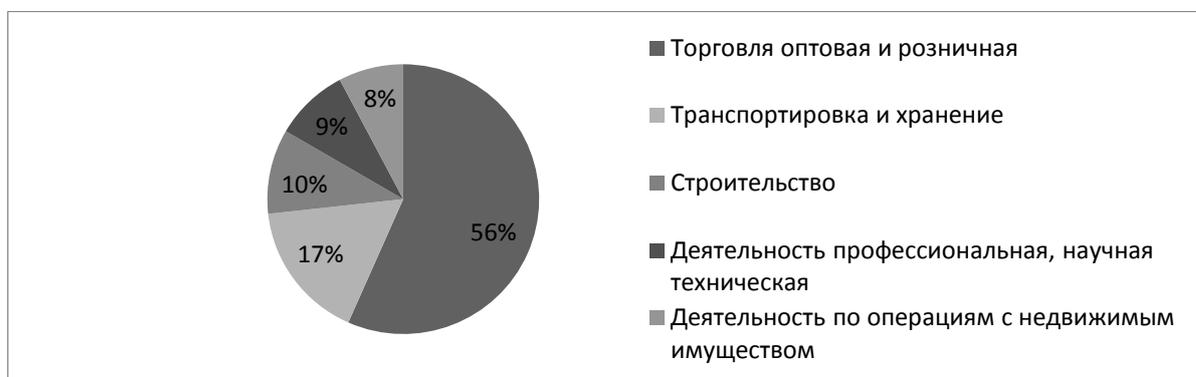


Рис. 1 Структура индивидуальных предпринимателей по видам экономической деятельности в Кузбассе на 1 января 2021 года

Кроме того, в структуру индивидуальных предпринимателей по видам экономической деятельности также можно отнести следующие виды, но уже с долей меньше 8%:

1. Обрабатывающие производства
2. Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания,
3. Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство
4. Административная деятельность и сопутствующие услуги
5. Деятельность в области информации и связи и т.д.

Рассмотрим более детально малое и среднее предпринимательство. За 2020 год число индивидуальных предпринимателей и юридических лиц из Единого реестра субъектов МСП сократилось на 5,07% [2]. На 2021 год из 66 697 действующих в Кузбассе компаний малого и среднего бизнеса 25 954 составляют ИП, остальные 40 743 – юридические лица. Количество ИП понизилось на 3,18%, а юридических лиц – на 8,55%. Можно выделить такие причины уменьшения, как недостаточное финансирование предприятий МСП со стороны государства, банкротства в период тяжелой эпидемиологической ситуацией.

Таблица 2

Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в Кемеровской области

Субъекты МСП	2017	2018	2019	2020	2021
Микропредприятия	69 217	69 442	68 753	67 303	63 849
Малые предприятия	3 338	3 249	3 070	2 775	2 671

Секция: «Развитие предпринимательской инициативы и проектной деятельности»

Средние предприятия	226	209	187	179	177
Всего	72 781	72 900	72 010	70 257	66 697

Согласно данным реестра МСП, наибольшее снижение за 2020 год наблюдается среди микропредприятий – на 5,13%. В свою очередь, изменения в сторону уменьшения коснулись также малых и средних предприятий – на 3,75% и 1,18%, соответственно.

Без дальнейшего регулирования сложившейся ситуации МСП со стороны государства может привести к переходу некоторых компаний в теневую экономику, переводу части сотрудников в неформальную занятость и в статус самозанятого. Пятую часть ВВП России образуют малые и средние предприятия, поэтому необходимы новые методы воздействия, основывающиеся на нынешних реалиях экономики страны и региона.

В ходе заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации 24 декабря 2018 года был утвержден национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [3]. Бюджет данного проекта в Кузбассе составляет 0,967 млрд руб. и включает в себя следующие цели:

1. Сокращение административной нагрузки на МСП
2. Создание упрощенного доступа к льготному финансированию
3. Развитие МСП в агрокомплексе

Данный проект нацелен не только на улучшение предпринимательского климата в России в целом, и в Кузбассе, но и на увеличение количества рабочих в сферах МСП и повышение доли МСП в ВВП России.

Важную роль в выполнении показателей национального проекта, играет популяризация молодежного предпринимательства. Например, на базе Кемеровского Государственного Университета создана школа технологического предпринимательства «Инсайт», благодаря которой студенты могут придумывать, тщательно прорабатывать и реализовывать свои бизнес-идеи. Основными результатами деятельности данной школы являются приобретение предпринимательских компетенций, навыков работы в команде, а также участие в различных мероприятиях.

Литература

1. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области– Кузбассу [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://kemerovostat.gks.ru/folder/38687> (дата обращения: 24.03.2021).
 2. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html?statDate=10.01.2017&level=0&fo=7&ssrf=42&t=1616252560523> (дата обращения: 23.03.2021).
 3. Правительство России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://government.ru/info/35563/> (дата обращения: 23.03.2021).
- Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Корчагина И.В.*

УДК 338.486.4

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

К.М. Васильченко, В.В. Терехов

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

vasilchenko.km@gmail.com

terekhov.vas02@yandex.ru

Не смотря на обширную систему поддержки становления и развития предпринимательства, число предпринимателей в наше время не увеличивается, а, наоборот, сокращается. Однако при этом развивается на данный момент довольно быстрыми темпами и требует к себе определенного внимания одно из новых направлений – социальное предпринимательство, которое несколько отличается как от традиционного предпринимательства, так и от благотворительности. Социальный предприниматель является инноватором, который вмещает в себя коммерческую составляющую обыкновенного предпринимателя и решает острую социальную проблему, которую государство сегодня не в состоянии решить. Цель нашего исследования: проанализировать сущность социального предпринимательства и его роль в современном мире. В процессе исследования были использованы такие методы, как анализ, синтез, историческая детализация, периодизация. Новизна исследования заключается в том, что понятие социального предпринимателя официально появилось только в 2019г. (от 26.07.2019 N 245-ФЗ) и на сегодняшний день существует необходимость в углубленном анализе данного явления. Научные результаты нашей работы могут быть полезными для становления социального предпринимательства и принятия решений по созданию условий развития предпринимательства в целом.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, предпринимательство, предпринимательская деятельность, инновации, социальное предпринимательство в России.

Впервые о социальном предпринимательстве заговорили в 1960-1970-х годах в зарубежной литературе, посвященной вопросам социальных изменений. Однако Грегори Диз, американский учёный, основатель и директор Центра развития социального предпринимательства, утверждал, что социальное предпринимательство существовало всегда.[1] Благодаря увеличению интереса к данному феномену, начинается активное его изучение и уже в конце 1990-х в Великобритании создаются первые школы социальных предпринимателей. В начале 2000-х гг. такими учеными, как Дебби Брок и Сьюзен Стейнер, Алексом Николлсом, Дэвидом Борнштейном, Полом Лайтом и др., проводятся различные научные исследования в данной области, цель которых истолкование проблемы социального предпринимателя.

В России же, начиная с 2000-х годов, появляются экономические проекты, призванные оказать какую-либо помощь социального характера, благотворительные фонды, которые были созданы крупными компаниями и имевшие цель: решение проблем за счёт разовых финансовых вложений, а также создание условий для улучшения качества жизни населения.

Зарубежные авторы, такие как Д. Томпсон, С. Боринс и Д. Маир, считают, что социальные предприниматели – это лидеры, осуществляющие поиск инноваций, которые применяют бизнес-подход к решению социальных проблем и обращают свою деятельность на социальное благо.[5] В отечественной же литературе авторы характеризуют социального предпринимателя как деятеля, имеющего изначально заданную социальную задачу как основу своего функционирования, который при этом все-таки остается предпринимателем по сути. Так, в исследованиях российских авторов Ю. Е. Благова и Ю. Н. Арай социальное предпринимательство раскрывается не просто как комбинация коммерческого и некоммерческого «в одном флаконе», но и в определенном смысле как новая парадигма предпринимательского мышления.[6]

Уже с 2007 года начинается закрепление правового статуса социального предпринимательства в ряде европейских стран. Однако, несмотря на бурное развитие социального предпринимательства, лишь в 2019 году данный феномен закрепляется юридически в России. 26 июля вступает в силу Закон № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие»», который гласит, что социальное предпринимательство – предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества.[2]

Таким образом, основываясь на теориях и практическом опыте российских и зарубежных авторов, можно сделать заключение о том, что социальное предпринимательство – это предпринимательская деятельность, действующая на стыке благотворительности и традиционного бизнеса, которая решает социальные проблемы, популяризирует благотворительность и придает бизнесу человеческое лицо.

Социальное предпринимательство, решая социальные проблемы инновационными методами, помогает государству в различных сферах общественной жизни, таких как:

- Образование;
- Экология;
- Здравоохранение;
- Культурная политика;
- Социальная защита и т.д.

Основное отличие социального предприятия от обычного заключается в том, что социальный предприниматель получает средства не только от своей предпринимательской деятельности, но и от других внешних источников финансирования.

К коммерческим формам финансирования социального предпринимательства относятся:

- Средства владельцев, членов их семей и друзей;
- Кредиты коммерческих банков для покрытия дефицита оборотного капитала;
- Капитал для промежуточного финансирования (бридж-кредиты);
- Средства частных венчурных инвесторов (бизнес-ангелов);
- Венчурный капитал.

К некоммерческим формам финансирования:

- Гранты;
- Благотворительные пожертвования;
- Спонсорство;
- Государственные субсидии;
- Займы.

Наиболее существенный вклад в развитие социального предпринимательства как инновационного для России направления бизнеса вносит Фонд региональных социальных программ «Наше будущее». Развивая институт социального предпринимательства, Фонд ведет работу по поиску наиболее перспективных инновационных идей и проектов, их эффективной реализации на практике, а также адаптации западных технологий социального предпринимательства к российским условиям. Комплексная поддержка Фондом начинающих социальных предпринимателей включает: финансирования в виде целевых займов; организация образовательных программ для начинающих и действующих социальных предпринимателей; информационного обеспечения и продвижения, и иные формы поддержки.[3]

По данным исследования Центра инноваций социальной сферы (ЦИСС) Кузбасса на 2019 год в 14 муниципальных образованиях Кузбасса зарегистрировано 1228 социальных предпринимателей. Если рассматривать ситуацию в частности по региону, то мы можем увидеть приоритетные направления деятельности социальных предпринимателей на данный момент, о чем говорят показатели, представленные на рисунке 1.[4]

Социальный бизнес Кузбасса по видам деятельности

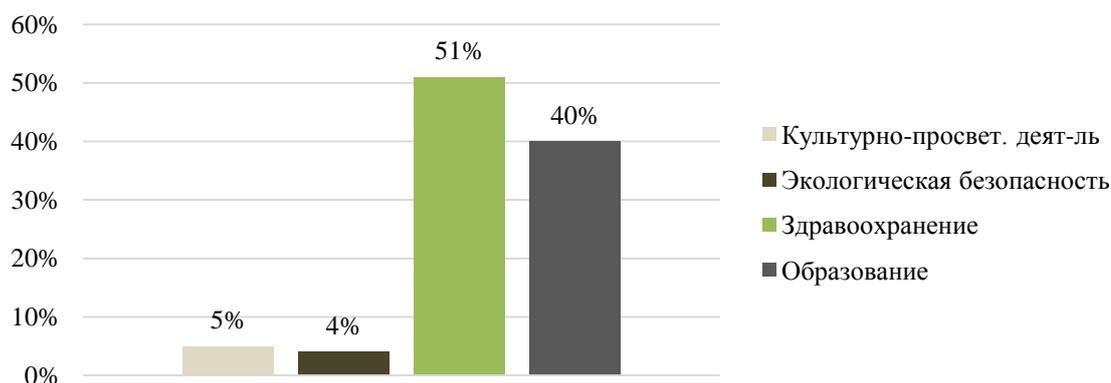


Рис.1 Направленность деятельности социального бизнеса в Кузбассе

Таким образом, можно сделать вывод о том, что социальное предпринимательство является очень актуальной и многообещающей сферой деятельности в наше время. Именно социальное предпринимательство создает новые модели социально-значимой активности для формирования новой и современной социально-ориентированной экономики. Оно не только стимулирует социальные инновации, выступая фактором развития рынка, но и помогает справляться с самыми болезненными проблемами общества.

С каждым годом социальное предпринимательство получает все большее распространение и набирает популярность, обращая на себя внимание не только государства, но и новых предпринимателей, т.к. имеет своей целью не просто решение социальных проблем, но и извлечение максимальной прибыли из своей деятельности. Именно перспективность данного явления говорит о важности популяризации такой формы предпринимательства как социальный бизнес и развития данного направления.

Литература

1. Центр развития социального предпринимательства (CASE) [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://centers.fuqua.duke.edu/case/knowledge_items/the-meaning-of-social-entrepreneurship/#:~:text=Gregory%20Dees,for%20this%20kind%20of%20work.
2. Федеральный закон от 26.07.2019 № 245-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" в части закрепления понятий "социальное предпринимательство", "социальное предприятие" [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201907260077> (дата обращения: 12.04.2021)
3. Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nb-fund.ru/> (дата обращения: 10.04.2021)
4. Карта социального бизнеса Кузбасса [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ciss42.ru/> (дата обращения: 29.03.2021)
5. Войнова О. А. Эволюция концепции социального предпринимательства / О. А. Войнова, О. А. Козлова [Электронный ресурс] // Вестник ЗабГУ. – 2016. – №1. – Режим

доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-kontseptsii-sotsialnogo-predprinimatelstva> (дата обращения: 12.04.2021).

6. Благов, Ю. Е. Социальное предпринимательство: проблемы типологии (предисловие к разделу) / Ю. Е. Благов, Ю. Н. Арай [Электронный ресурс] // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2010. – № 3. – С. 109-114. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15254679> (дата обращения: 12.04.2021).

7. Мухин, А. В. Эволюция понятия социального предпринимательства. Основные функции социального предпринимательства / А. В. Мухин [Электронный ресурс] // Новые технологии. – 2011. – № 2. – С. 103-106. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16539586> (дата обращения: 22.03.2021).

8. Поаншваль, Н. С. Социальное предпринимательство как инновационный инструмент решения социальных проблем в рыночной экономике / Н. С. Поаншваль [Электронный ресурс] // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2014. – № 25. – С. 170-176. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21377888> (дата обращения: 30.03.2021).

9. Брагина, М. Л. Социальное предпринимательство: понятие и особенности в современной России / М. Л. Брагина [Электронный ресурс] // Тенденции развития науки и образования. – 2019. – № 56-14. – С. 5-7. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42424601> (дата обращения: 22.03.2021).

10. Бородина, А. В. Социальное предпринимательство в современной России: отечественные и западные трактовки феномена, структура поддержки и образовательные практики / А. В. Бородина, О. В. Щецак [Электронный ресурс] // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. – 2017. – Т. 1. – № 4. – С. 409-418. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32358475> (дата обращения: 28.03.2021).

Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерского учета, анализа, аудита и налогообложения» ИЭУ КемГУ Сычева-Передеро О.В.

УДК 346.26

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

А.К. Верчасова

Кафедра бухгалтерского учета, анализа, аудита и налогообложения

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

annaver00730@gmail.com

***Аннотация:** Цифровизация бизнеса является важной частью развития в условиях современной экономики. Статья посвящена рассмотрению влияния цифровых технологий на бизнес, изучению влияния пандемии на процесс цифровизации.*

***Ключевые слова:** бизнес, цифровые технологии, цифровизация*

XXI век – век процветания цифровизации.

Цифровизация – внедрение цифровых технологий, преобразование информации в цифровую форму, которое затронуло все сферы жизни. Бизнес также оказался под прицелом цифровизации. Цифровые технологии дают для бизнеса ряд преимуществ, они вносят огромный вклад в развитие бизнеса, повышают качество и эффективность работы предприятия [1].

Плюсы внедрения цифровизации в бизнес:

- оптимизация бизнес-процессов, экономия кадровых, временных ресурсов, возможность перевода части сотрудников на удаленную работу;
- повышение качества обслуживания, за счет увеличения способов общения с клиентами, и сокращения времени на обработку запросов;
- приобретение новых источников доходов, с помощью выхода в онлайн продажи, размещения рекламы в социальных сетях;

Пандемия ясно дала понять, те сферы, которые пренебрегают цифровизацией, или вводят её не в полном объеме, подвержены высоким рискам потери прибыли, банкротства, во времена застоя оффлайн продаж.

Именно карантин дал понять, что цифровизация имеет большое значение в жизни почти всех предприятий. Это можно рассмотреть на примере рынка доставки продуктов. В 2020 году на российском рынке онлайн-торговли продуктами появилось около 30 новых игроков за счет того, что онлайн-доставкой занялись крупные офлайн-ритейлеры. Лидер — X5 Retail Group (управляет сетями «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель») — за время пандемии увеличил онлайн-продажи на сотни процентов [3].

Тем не менее, несмотря на увеличение компаний, которые используют цифровые технологии в интернете, индекс цифровизации бизнеса в 2020 г, остался на уровне 2019 г., такие результаты были опубликованы при совместном исследовании банка «Открытие» и Московской школы управления СКОЛКОВО.

Индекс цифровизации бизнеса равен 50 пунктам по шкале от 0 до 100 — такое значение сохраняется с февраля 2020 года. Это говорит о том, что бизнес готов к цифровизации только наполовину и есть цифровые сферы, которым компании уделяют недостаточно внимания [2].

Цифровизация бизнеса является важной задачей, для его эффективного функционирования. Предприятия, которые не боятся переходить на новый уровень технологий, оказываются на шаг впереди предприятий, пренебрегающих цифровизацией.

Глобальное развитие цифровых технологий, их проникновение во все сферы жизни современного мира, показывает, что в России нуждается в развитии цифровой образовательной среды.

Литература

1. Зайцева А. С. Влияние цифровых компетенций субъектов малого и среднего предпринимательства на развитие бизнеса / А. С. Зайцева // 2021. – 11. - № 2
 2. Отчет Банка «Открытие», Mail.ru Group, Московской школы управления СКОЛКОВО и РАЭК о индексах цифровизации малого и среднего бизнеса. Сайт Банка «Открытие». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.open.ru/about/press/45599> (дата обращения: 16.04.2021).
 3. Отчет X5 Retail Group. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.x5.ru/ru/Pages/Media/News/150221.aspx> (дата обращения: 16.04.2021).
- Научный руководитель – к.э.н, доцент, Формулевич Я.В.*

УДК 346.26

КАК ВЫРАСТИТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ И НУЖНО ЛИ ЭТО?

А.А.Окунева, Е.Ю.Соломатова

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

sasha.okuneva.02@mail.ru, elizasolomatova@yandex.ru

Аннотация: Анализируется вопрос образования молодого поколения в сфере предпринимательской деятельности. Доказывается актуальность и необходимость внедрения экономического образования с раннего возраста и развития обучения финансовой грамотности. В наше время для экономики страны очень важно наличие малого бизнеса, того самого слоя предпринимателей, который в большинстве своем делает экономику любой страны. Мы в своем исследовании попытаемся понять, можно стать предпринимателем или нужно его вырастить?

Ключевые слова: начинающий предприниматель, предпринимательство, предприниматель, образование, финансовая грамотность.

Вы когда-нибудь задавались вопросом, можно ли воспитать в ребенке предпринимателя? В настоящее время действительно многие люди хотят вырастить в своем ребенке успешного предпринимателя, но не все знают, как это сделать.

По данным «Левада-центра», 13% россиян хотят, чтобы их дети стали предпринимателями, когда вырастут. Большинство голосов набрали несколько профессий, в том числе и экономисты. При этом, чтобы ребёнок мог добиться успеха в бизнесе, родители должны начать с детства развивать в нём необходимые качества. [1]

В основном все родители хотят вырастить, прежде всего, здорового и счастливого человека. Но этого будет мало, чтобы воспитать предпринимателя – человека, который умеет грамотно распределять свои финансы. Важно подумать о развитии ребенка как личности, как быстро ребенок сможет адаптироваться к различным ситуациям, сможет ли он брать на себя ответственность, справляться со сложностями, общаться с людьми. И насколько все это поможет ему состояться в жизни, как человек, который сможет самореализоваться через достижение собственной цели и получить удовлетворение от своей работы.

В наше время существует много систем поддержки молодого поколения начинающих бизнесменов. Такие как:

- информационная поддержка и консультирование (семинары, курсы, тренинги и пр.);
- инфраструктурная поддержка (технопарки, бизнес-инкубаторы и пр.)
- поддержка инноваций и научно-технических разработок;
- правовое и бухгалтерское сопровождение;
- финансовая поддержка (субсидии, гранты, компенсации, льготы). [2]

Но большинство действующих предпринимателей говорят, что зарегистрировать ИП неэффективно, потому что бизнес регистрируется и успешно закрывается (рис. 1). Ведь предпринимателей на самом деле много, но при этом многие прекращают свою деятельность, потому что им не достаточно навыков, и как, оказывается, учиться на своем опыте очень дорого, так как люди прогорают и впутываются в долги. Людям не хватает знаний и умений, которыми должен обладать современный предприниматель, потому что уже с детства нужно закладывать основы.



Рис 1. Количество открытых и закрытых компаний с 2015 по 2020 гг. [3]

Так же очень важно разобраться в том, кто такой предприниматель? Это тот, кто непосредственно занимается предпринимательской деятельностью? Или это вообще любой человек, который имеет некие предпринимательские компетенции и некий предпринимательский подход?

Сооснователь детской бизнес-школы KinderMBA Кнарик Арабян говорит: «Предприниматель - всегда новатор: он должен мыслить креативно, уметь брать на себя ответственность, рисковать и, конечно, вдохновлять команду и окружающих. И для того, чтобы привить детям эти качества, нужно развивать в них предпринимательское мышление – это пригодится в любой профессии, не только в бизнесе».[4]

Основатель онлайн-центра раннего развития [Kiddy](#) Денис Фатеркин в свою очередь говорит: «Предприниматель — это тот человек, который всегда что-то предпринимает, делает сам. Умеет решать нестандартные жизненные ситуации и при этом получает от этого выгоду».[1]

Родители, которые хотят вырастить предпринимателя и сами являются бизнесменами, имеют высокие шансы на то, чтобы воспитать предпринимателя. Потому что ребенок слышит различную терминологию, связанную с предпринимательской деятельностью, он видит мотивацию к успеху, а также как родители пользуются своими денежными средствами и распределяют их.

«Если вы хотите, чтобы у вашего ребёнка формировался предпринимательский склад мышления, берите его с собой на работу. Дети неосознанно копируют нас, поэтому они должны видеть, чем заняты их родители. К тому же в этом случае у ребёнка формируется понимание того, что работа — это не нечто абстрактное, а определённая ежедневная деятельность», так говорит Александра Шафорост, основательница [«Общества с натуральным вкусом №1» \(бренды Marc и «Marc & Фиса\)»](#) [1]

По нашему мнению, предприниматель - это не только тот, кто непосредственно занимается предпринимательской деятельностью, но и тот, кто улучшает все вокруг себя, то есть он видит по-новому все процессы, будь он наемный работник или человек, работающий на себя.

Следовательно, нужно выстроить в государстве непрерывную систему образования с детских лет, от детского сада до института, тогда, когда мы начинаем обучать ребенка предпринимательским компетенциям, собственному подходу к инновациям.

«Этап дошкольного возраста должен быть ориентирован на знакомство с людьми, добившимися успехов в этом виде деятельности, — с них ребёнок будет брать пример. Кроме того, в этот период ребёнка надо учить общаться с другими детьми, находить выходы из конфликтных ситуаций, доводить начатое дело до конца. В этом могут, в частности, помочь настольные и компьютерные игры экономической направленности», говорит Елена Конеева, профессор кафедры психологии [Московского института психологии](#). [1]

Уже с детства нужно объяснять ребенку, откуда берутся финансы. То есть необходимо вводить финансовую грамотность, объяснять правильное планирование бюджета, изучение азов экономики. Так, например, руководитель коммерческих проектов «Школа дела» Кирилл Сиваковский говорит: «Отношение к деньгам — большая тема для многих взрослых в нашей стране. Люди боятся зарабатывать, не верят, что хороший достаток вообще возможен, стесняются денег, не любят состоятельность или же помешаны на деньгах. Все это берется из детства. Очень важно, чтобы ребенок имел адекватное отношение к средствам». [5]

В школе нужно постепенно внедрять улучшение предпринимательского опыта, заниматься проектированием экономических моделей, вводить в программу воспитания, курсы по формированию нового видения всего окружающего мира.

А в дальнейшем в вузе мы углубляем свои знания, развиваем их, обучаемся навыкам. В высших учебных заведениях должны развиваться программы обучения предпринимательской деятельностью и дополнительного профессионального образования. Необходимо создавать больше площадок для реализации предпринимательства.

Дорастая до возраста, когда человек может заниматься собственной предпринимательской деятельностью, он имеет определенные навыки. Потом уже определяет, работать ему на самого себя, либо идти наемным работником, но при этом обладать способностями и улучшать на предприятии экономические процессы.

Воспитать в каждом человеке именно предпринимателя трудно. Быть предпринимателем – это талант, который дан не каждому. Нужно искать таланты и развивать их.

И все-таки, можно ли вырастить предпринимателя? Да можно, так рассуждают современные предприниматели. Человек сам выбирает свой путь, когда он уже сформировал в себе личность. Невозможно в него изначально заложить конкретную профессию, но мы можем научить детей разбираться в экономической сфере.

Литература

1. Онуфриева, З. Как вырастить ребёнка предпринимателем [Электронный ресурс] / З. Онуфриева// Секрет фирмы. Режим доступа: [https://secretmag-ru.turbopages.org/secretmag.ru/s/trends/tendencies/vopros-5.htm](https://secretmag.ru.turbopages.org/secretmag.ru/s/trends/tendencies/vopros-5.htm) (дата обращения 19.04.2021)
2. Поддержка малого и среднего бизнеса ФНС [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.nalog.ru/rn77/msp_support/#:~:text=Предприниматели%20могут%20рассчитывать%20на%20информационную,деятельности%20\(в%20том%20числе%20международной\)%3B](https://www.nalog.ru/rn77/msp_support/#:~:text=Предприниматели%20могут%20рассчитывать%20на%20информационную,деятельности%20(в%20том%20числе%20международной)%3B) (дата обращения 19.04.2021)
3. В 2020 году закрылось больше бизнесов, чем открылось [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.klerk.ru/buh/news/509680/> (дата обращения 19.04.2021)
4. Арабян, К. Всё по-взрослому: как и зачем учить детей предпринимательству [Электронный ресурс] / К. Арабян// biz360. Режим доступа: <https://kindermba.ru/360biz2019> (дата обращения 19.04.2021)
5. Сиваковский, К. Как Лидер с детства: как и зачем прививать ребенку мышление предпринимателя [Электронный ресурс] / К. Сиваковский//РБК тренды. Режим доступа: <https://trends-rbc-ru.turbopages.org/trends.rbc.ru/s/trends/education/5f16d79a9a79473b9060b6b4> (дата обращения 19.04.2021)

УДК 336.64

Финансовая грамотность – условие успешной предпринимательской деятельности

Т. В. Жукова, О. А. Прозорова

Кафедра бухгалтерского учёта, анализа, аудита и налогообложения
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

Mymail121001@yandex.ru

Аннотация: В условиях современной экономической ситуации в России необходимым условием для развития экономики страны является возможность осуществления предпринимательской деятельности как можно большим числом людей. Для осуществления успешной предпринимательской деятельности важнейшее значение имеет наличие у бизнесмена основополагающих знаний в области права, финансов, налогообложения, кредитования, ценообразования, т. е. наличие высокого уровня финансовой грамотности. В исследовании рассмотрены основные проблемы развития успешной предпринимательской деятельности и финансовой грамотности, а также предложены способы решения данных проблем.

Ключевые слова: Финансовая грамотность, предпринимательство, малый и средний бизнес.

В современных условиях развитие технологий меняет мир в сторону информатизации и открытости, что порождает, помимо традиционных способов мышления и деятельности, развитие умения проявлять инициативу и творчество в новых условиях, критически мыслить, брать ответственность за принятые решения. Эти тенденции направляют все сферы экономики к развитию предпринимательских способностей и финансовой грамотности, которые являются важными составляющими формирования экономического мышления и предполагают не только совершенствование деловых качеств, но и накопление знаний, касающихся правовых основ собственности, развития предпринимательской деятельности и многого др.

В частности, вопрос формирования финансовой грамотности характерен для предпринимателей. Данная тема становится весьма актуальной в связи с тем, что субъекты предпринимательской деятельности должны принимать взвешенные финансовые решения в условиях неопределенности, исходя из чего, необходимым является формирование культуры финансового поведения путем повышения финансовой грамотности.

Целью данного исследования является определение возможных направлений повышения финансовой грамотности на основе различных исследований в области финансовой грамотности предпринимателей.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить понятие финансовой грамотности и успешной предпринимательской деятельности;
- рассмотреть и проанализировать исследования НАФИ в области финансовой грамотности предпринимателей;
- определить направления развития финансовой грамотности.

Значение предпринимательства в рыночной экономике сложно переоценить. Без малого и среднего бизнеса рыночная экономика не в состоянии стабильно функционировать и развиваться.

Однако если взять для более детального рассмотрения малый бизнес, можно увидеть, что его роль в российской экономике по-прежнему остается

весьма незначительной в районе 20% [1]. На Западе же ситуация складывается совершенно иначе – данный показатель может достигать 50-60%.

Мы выявили основные аспекты, которые тормозят развитие предпринимательства в России. К ним относятся:

- 1) нехватка ресурсов, прежде всего финансовых;
- 2) сложность доступа к деловой информации – сведения о продукте, конкуренте и т.п.;
- 3) отсутствие положительного имиджа отечественного предпринимателя;
- 4) нестабильность экономической ситуации в стране;
- 5) недобросовестность крупного бизнеса;
- 6) организационные проблемы взаимодействия малого и среднего бизнеса с рынком и с государственными структурами;
- 7) правовая и финансовая неграмотность самих предпринимателей;

Одной из важных причин, сдерживающих развитие предпринимательства в России, является низкий уровень финансовой грамотности предпринимателей.

Финансовая грамотность представляет собой совокупность знаний, позволяющих предпринимателю принимать грамотные, взвешенные решения в отношении управления своими финансами, для достижения намеченных целей. Эти знания включают в себя знания учета доходов и расходов, знания планирования бизнеса, ориентирование в основных кредитных инструментах для бизнеса, знание налогового законодательства, знания управления движения денежными средствами и т.д.

Финансовая грамотность включает в себя не только знания, но и финансовое поведение (умение использовать финансовые инструменты) и установки в отношении финансов (рациональное отношение к финансам как средству развития бизнеса). Все эти сферы финансовой грамотности необходимы предпринимателю для принятия грамотных управленческих решений, позволяющих минимизировать потери и увеличить доходность создаваемого бизнеса.[2]

Некоторые вопросы по повышению уровня финансовой грамотности различных слоев населения рассмотрены в трудах И. Ф. Гареева, Н. Г. Долматовой, А. В. Зеленцова, А. Е. Кузиной, П. Э. Кирюхова, П. А. Носаленко, Л. А. Омелянович, Е. Л. Рутковской и др. При этом недостаточно уделено внимания финансовой грамотности предпринимателей.

В мире исследования по финансовой грамотности населения проводятся под руководством USAID (United States Agency for International Development) – Агентства США по международному развитию. Согласно отчетам USAID, в большинстве стран мира население нуждается в знаниях о потребительском

кредитовании, банковских депозитах, частном пенсионном страховании, ипотеке, операциях с пластиковыми картами [Кирюхов, 2019, 21] [3].

Согласно методологии USAID, финансовая грамотность состоит из двух элементов: финансовой математики и финансового права. При этом ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития) выделяет три составляющие финансовой грамотности: финансовые знания, финансовое поведение, отношение к финансам. В частности, в документах Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) финансовая грамотность определяется как совокупность таких элементов, как осведомленность, знания, навыки, установки (жизненные ориентиры) и поведение, которые позволяют принимать обоснованные финансовые решения для достижения личного финансового благополучия.

Если рассматривать финансовую грамотность как «наличие у человека определенного уровня финансовых знаний и навыков, формирующих соответствующий уровень финансовой компетентности, то финансовая математика и финансовое право являются ее составляющими. При этом, по мнению Гареева И.Ф., «финансовая грамотность является результатом финансового образования, который проявляется в определенном финансовом поведении индивида» [Устинова, 2018, 2281] [4].

Сегодня уровень финансовой грамотности российских предпринимателей выше, чем у обычных граждан, но едва дотягивает до уровня жителей стран-участниц Организации экономического сотрудничества и развития. По данным НАФИ, в 2017 году около 21% опрошенных предпринимателей продемонстрировали низкий уровень финансовой грамотности. Так, например, многие бизнесмены (70%) не знают, что такое лизинг и 57% что означает факторинг, еще 47% не могут рассчитать процент по кредиту и депозиту.

Среди предпринимателей с самым низким уровнем финансовой грамотности выше доля женщин (37%). Из-за отсутствия необходимых знаний и сопутствующей этому неуверенности, женщины не стремятся привлекать внешнее финансирование для развития своего бизнеса и организуют нетехнологичный учет финансовых потоков предприятия [5].

Практически у каждого начинающего предпринимателя возникает огромное количество вопросов относительно финансовой грамотности: вопросы, связанные с финансированием начала бизнеса, вопросы налогообложения предпринимательской деятельности, нюансы учета доходов и расходов и многие другие. Начинающий предприниматель особенно нуждается в повышении финансовой грамотности, так как у него нет еще опыта ведения бизнеса, и соответственно нет опыта общения с бизнес финансами, которые отличаются от личных финансов.

Неумение считать деньги, непонимание, какие накладные расходы способен выдержать бизнес, какие доходы может принести тот или иной продукт, рано или поздно станет причиной роста расходов и сокращения

доходов, в том числе в результате вынужденного снижения цен, разработки непродуманных программ лояльности в попытке удержать потребителя.

Несмотря на предпринимаемые меры со стороны органов государственной власти, развитие малого бизнеса в России не соответствует ожиданиям предпринимателей. Выявленные проблемы низкой финансовой грамотности со стороны малого и среднего бизнеса требуют незамедлительного решения. Поэтому со стороны государства было бы целесообразно провести ряд мер, одной из которых будет массовое распространение информации о необходимости и возможности повышения уровня финансовой грамотности через различные государственные программы.

В настоящее время реализуется стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017– 2023 гг., согласно которой финансовая грамотность формируется в результате финансового образования и определяется как сочетание знаний и умений, необходимых для принятия успешных финансовых решений и в конечном итоге для достижения финансового благосостояния.

В связи с этим становится актуальным вопрос о времени начала финансового образования. По оценкам экспертов средний возраст предпринимателя в России составляет 30–33 года, при этом возраст, в котором начата реализация бизнес-проекта варьируется от 17 лет до 21 года и только около 20 % обладают на момент открытия бизнеса образованием в сфере экономики [6]. В связи с этим вопросы по организации предпринимательской деятельности возникают в уже юном возрасте (у школьников старших классов, студентов первых курсов). Данные факты указывают на то, что начинать формировать навыки обращения с денежными средствами и прививать предпринимательскую культуру необходимо в средней школе, так как современные школьники уже имеют потребность в расширении знаний по вопросам финансовой грамотности, поскольку активно используют в повседневной жизни расчеты путем использования возможностей онлайн-банка, банковской карты, наличных денежных средств, расчетов через электронные кошельки, совершения покупок и вложения средств.

В настоящее время отмечается ситуация, когда потенциальные и начинающие предприниматели не обладают соответствующим набором компетенций и качеств личности, которые позволяют им успешно развивать свой бизнес. Одной из важнейших причин такой ситуации является несоответствие знаний и опыта начинающего предпринимателя реалиям рыночных условий. В этой связи важной задачей в рамках современного экономического образования является вопрос о том, как донести еще до учащихся идеи о том, какие знания, умения, навыки, качества необходимо развивать настоящему предпринимателю.

В результате анализа деятельности успешных предпринимателей в

различных сферах бизнеса было установлено, что для них должны быть свойственны следующие качества и особенности мышления:

- способность производить важный для людей, общества, окружающей среды товар, услугу, т. е. быть полезным для социума или природной среды;
- способность генерировать новый продукт, услугу, занимать новые ниши, находить нетривиальные решения для бизнес-задач, т. е. способность быть новатором в бизнес-среде;
- способность рационально оценивать перспективы бизнеса, составлять и рассчитывать показатели бизнес-плана, здраво оценивать свои расходы и возможные источники финансирования, прогнозировать спрос.

Таким образом, сегодня перед государством стоит важная задача – всеми силами способствовать развитию и повышению финансовой грамотности бизнесменов. Важнейшим способом осуществления данного направления является наличие разнообразных курсов и образовательных платформ для настоящих и будущих предпринимателей. Но также не стоит забывать, что для успешной предпринимательской деятельности от её участников требуется не только глубокие экономические знания, но и постоянная работа над развитием своих предпринимательских навыков, способностей и умений.

Литература

1. Греф: доля малого бизнеса в экономике РФ уже 15 лет держится на "заколдованном" уровне 20% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tass.ru/vef-2017/articles/4540242>.
2. 37% женщин-предпринимателей показали низкий уровень финансовой грамотности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/biznes/345313-37-zhenshchin-predprinimateley-pokazalinizkiy-uroven-finansovoy-gramotnosti>
3. Кирюхов П.Э. Финансовая грамотность населения: мошенничество на финансовых рынках // Финансовый вестник: Финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. 2019. № 2. С. 20-26.
4. Устинова К.А. Анализ факторов, определяющих финансовую грамотность и материальное положение населения // Региональная экономика: теория и практика. 2018. № 12 (459). С. 2276-2291.
5. ЦБ и социологи обсудили проблему низкой финансовой грамотности предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=9747058>
6. Штыкина А. Бизнес живет три года. Малым предприятиям в России стало легче искать финансирование для старта, но труднее удержаться на плаву [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2014/01/22/56bf9dee9a7947299f72d6d1>
Научный руководитель – к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерского учёта, анализа, аудита и налогообложения» ИЭУ КемГУ Сычева-Передеро О. В.

УДК 331.101

УСПЕШНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ – КТО ОН?

Сычева-Передеро Е.Э.

ФГБОУ ВО Кемеровский государственный университет,
Россия, Кемерово, 650000, e-mail: cool.eesp@yandex.ru

Аннотация. Предпринимательство является серьезной поддерживающей силой стабильного общества и государства в целом. Миллионы людей мечтают стать успешными в различных сферах деятельности, заработать на свою мечту, но не каждый достигает этого успеха. Нами изучены черты характера, навыки, профессиональные компетенции, которыми необходимо обладать успешному предпринимателю. Но для начала, необходимо разобраться, каково экономическое положение современного предпринимателя в условиях эпидемиологических рисков, какую роль играет предпринимательство в сложившейся ситуации и какие аспекты экономической и политической жизни приобретают решающее значение для достижения целей успешного предпринимателя.

Ключевые слова: экономическая ситуация в условиях пандемии, предприниматель, черты характера, навыки, профессиональные компетенции, эпидемиологические риски, успешный предприниматель.

Мировая пандемия привела мировую экономику к катастрофической ситуации, обвалу цен на нефть и, как следствие, к ухудшению социально-экономической ситуации в России. Страны практически закрыли границы, минимизированы транспортные сообщения как между государствами, так и внутри страны, что привело к фактической остановке целых направлений бизнеса, как результат – обвалу малого бизнеса в потребительской сфере, в связи с введением режима самоизоляции и повышенной готовности к потенциальному режиму чрезвычайной ситуации в новых эпидемиологических условиях. С реальным экономическим эффектом последствий введения карантинных мер еще только предстоит столкнуться предпринимателю, разберем некоторые из них.

Объектом исследования является успешный предприниматель и его трансформация в условиях пандемии. *Предметом исследования* являются черты характера, навыки, профессиональные компетенции предпринимателя и их трансформация в условиях пандемии. *Методы исследования:* анализ и синтез, системный подход.

Экономические риски в условиях пандемии, влияющие на успешную деятельность предпринимателя.

Выросла безработица.

По прогнозу Ярослава Кузьмина, ректора Высшей школы экономики, при базовом сценарии уровень безработицы в России в 2020 году составит 8%, при худшем сценарии безработица вырастет до 9,5%, а в 2021 году увеличится до 9,8% [1]. По данным Росстата численность безработных (по методологии МОТ) по итогам ноября 2020 года по январь 2021 года составила 4,46 миллиона человек, что соответствует уровню безработицы в 5,9 %, а это на 1,3 % выше аналогичного периода прошлого года [2].

Выросло количество предпринимателей, прекративших свою деятельность.

Если, до начала эпидемии, в январе-феврале 2020 года прекратили работу 118,1 тыс. индивидуальных предпринимателей, то за аналогичный

период 2019 года прекратили деятельность 117,7 тыс., что показывает прирост на 0,3%. В марте же, 2020 года, уже прекратили свою деятельность 66820 индивидуальных предпринимателей, что больше на 77%, чем в марте 2019 года (37718). Из них 64237 сами приняли решение о прекращении бизнеса, 1563 прекратили деятельность в связи со смертью лица, 158 признаны банкротами. При этом за месяц было зарегистрировано 64053 индивидуальных предпринимателей, что говорит о том, что число прекративших работу составляет 2% от общего числа зарегистрированных (3899 млн.) по состоянию на 1 апреля 2020 года [3]. Количество коммерческих организаций, зарегистрированных в апреле 2020 года, составило 9,4 тыс., что в 2,3 раза меньше, чем в апреле 2019 года (21,6 тыс.). По итогам января-апреля 2020 года количество зарегистрированных коммерческих организаций составило 71,4 тыс., что на 26% меньше, чем за аналогичный период 2019 года (96,7 тыс.). Количество коммерческих организаций, прекративших свою деятельность в апреле 2020 года, в связи с ликвидацией снизилось по сравнению с мартом на 40% - до 3,5 тыс. с 5,9 тыс., после увеличения в марте, по сравнению с февралем на 32% (с 4,4 тыс.), в апреле 2019 года прекратили деятельность 21,9 тыс. организаций, что на 16% меньше за аналогичный период 2020 года [4].

За 2020 год, по данным Федеральной налоговой службы, прекратили деятельность 1,54 миллионов юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и фермерских хозяйств, что составило пятую часть действующего бизнеса России.

Снизился уровень доходов населения.

По результатам исследования ВЦИОМ (Всероссийского центра исследования общественного мнения) у 60% трудящихся, в условиях пандемии, доходы остались на прежнем уровне, у 15% доходы снизились незначительно, а у 19% значительно [5]. По результатам социологического исследования группа Ipsos (многонациональная маркетинговая исследовательская и консалтинговая фирма со штаб-квартирой в Париже [6]) пришла к выводу, что только у 16% россиян сбережений хватит на год и более, у 25% на 3-6 месяцев, у 29% на 1-2 месяца, а у 30% вообще нет сбережений. 50% россиян беспокоятся о своей финансовой безопасности в период пандемии и только 35% - о своем здоровье [7].

Инфляция.

Рост потребительских цен в декабре 2020 года составил 0,8% относительно предыдущего месяца, в целом, за 2020 год, инфляция составила 4,91%, по сравнению с 3,04% в 2019 году (рис. 1). По итогам декабря 2020 года инфляция в годовом выражении составила 4,91 % [8].

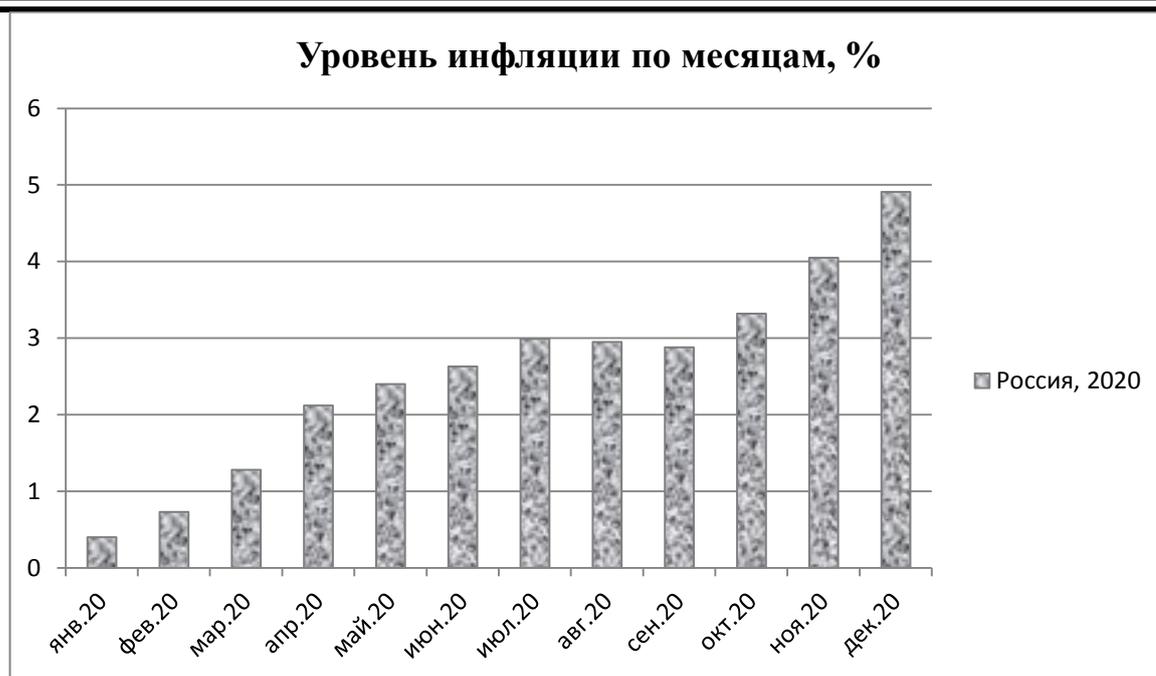


Рисунок 1 – Уровень инфляции в России январь-декабрь 2020 года, %

Источник: Как Росстат считает инфляцию и можно ли его перепроверить – Официальный сайт: Федеральной службы государственной статистики – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/ps/inflation/> (дата обращения 09.04.2021) [9]

В соответствии с базовым прогнозом Центрального Банка России, с учетом проводимой денежно-кредитной политики, годовая инфляция должна была составить 3,8-4,8% по итогам 2020 года (цель 4%) и будет находиться в районе 4% в дальнейшем [10].

Падение покупательной способности населения.

Вслед за сокращением доходов населения, инфляции, следует снижение покупательной способности населения, основного потребителя товаров, работ и услуг предпринимателей. Снижение спроса, что влечет за собой снижение предложения, как следствие потери предпринимателей. Уже сейчас, аналитики говорят о снижении средних трат россиян на 30%, которые большую часть имеющихся доходов тратят лишь на жизненно важные продукты питания и лекарства.

Перечень пострадавших отраслей экономики от пандемии.

Правительство РФ 3 апреля 2020 года утвердило список отраслей экономики, наиболее пострадавших в условиях пандемии, далее список был дополнен, исходя из анализа экономической ситуации 12 мая 2020 года (табл. 1).

Таблица 1 – Перечень пострадавших отраслей (по состоянию на 12.02 2020г.)

Сфера деятельности, наименование вида экономической деятельности Код ОКВЭД
1. Авиаперевозки, аэропортовая деятельность, автоперевозки 49.3; 49.4; 51.1; 51.21; 51.2121; 52.23.1;

Секция: «Развитие предпринимательской инициативы и проектной деятельности»

2. Культура, организация досуга и развлечений 90; 59.14; 91.02; 91.04.1; 32.99.8
3. Физкультурно-оздоровительная деятельность и спорт 93; 96.04; 86.90.4;
4. Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма 79
5. Гостиничный бизнес 55
6. Общественное питание 56
7. Деятельность организаций дополнительного образования, негосударственных образовательных учреждений 85.41; 88.91
8. Деятельность по организации конференций и выставок 62.3
9. Деятельность по предоставлению бытовых услуг населению (ремонт, стирка, химчистка, услуги парикмахерских и салонов красоты) 95; 96.01; 96.02
10. Деятельность в области здравоохранения 86.23
11. Розничная торговля непродовольственными товарами 45.11.2; 45.11.3; 45.19.2; 45.19.3; 45.32; 45.40.2; 45.40.3; 47.19; 47.4; 47.5; 47.6; 47.7; 47.82; 47.89; 47.99.2

Источник: Правительство РФ утвердило перечень наиболее пострадавших от пандемии отраслей экономики [11]

Введенный режим самоизоляции, практически во всех регионах России, привел к приостановлению или полному прекращению деятельности некоторых видов экономической деятельности предпринимателей, особенно занятых в таких сферах, как туризм, гостиницы, транспортные перевозки, общественное питание, торговля непродовольственными товарами, спорт, досуг, ремонтно-отделочные работы.

Если все так сложно, много рисков, почему же люди идут в предприниматели? Мотивация у всех разная, многие начинают собственное дело, но не все достигают поставленных целей, поэтому важно понимать, какими чертами характера, навыками, профессиональными компетенциями должен обладать успешный предприниматель. Несомненно, в помощь пойдут различные образовательные программы, тренинги и развивающие книги, но, стоит помнить и о том, что важную роль в продвижении своего дела играют личностные качества человека. Давайте выясним, какие из них присущи успешному предпринимателю.

Черты характера присущие успешному предпринимателю[12,13].

Уверенность в себе. Одна из важнейших черт характера, без которой невозможно добиться успеха, ее обладатель не боится неудач и ошибок, не нуждается в одобрении или поддержке других.

Упорство. Данная черта важна для каждого начинающего предпринимателя, которая помогает методом проб и ошибок получить необходимый опыт и знания, по сути, это проверка, которую сможет пройти не каждый.

Уравновешенность. Выражается в умении не поддаваться панике в кризисных и стрессовых ситуациях, справляться любыми проблемами и находить выход, не бояться перемен.

Терпение. Умение ждать, ведь не всегда задуманное дает быстрого финансового эффекта.

Вера. Вера в успех, несмотря ни на что, вопреки неодобрению окружающих, помогает добиться результата. Ведь там, где все видят проблему, предприниматель видит возможность.

Готовность. Выражается в возможности начать бизнес здесь и сейчас, не дожидаясь благоприятной экономической обстановки или подходящих обстоятельств, не опасаясь пережить неудачу и потерять то, что уже есть.

Добросовестность. Эта черта предполагает наличие завышенных требований к себе и своей команде.

Лидерство. Предприниматель всегда лидер в команде, который берет ответственность на себя, готовый расположить всех к себе, завоевать доверие и повести за собой.

Креативность. Желание воплотить в жизнь свои идеи, самореализоваться, стать источником инноваций и освоения новых технологий.

Гибкость. Способность изменить свое мышление и учиться на своих ошибках.

Практичность. Предприниматель должен быть логичным, конкретным в каждой кризисной ситуации, знать пути выхода из него.

Авантюризм. Сущность предпринимательской деятельности предполагает возможность принятия рискованных решений для достижения результатов.

Навыки присущие успешному предпринимателю [14].

Межличностные навыки:

Личные отношения. Способность повышения уровня эмоционального интеллекта и выстраивания партнерских отношений с окружающими.

Коммуникативные навыки. Навыки общения с потенциальными инвесторами, командой, клиентами, органами власти.

Искусство переговоров. Умение договариваться, находить компромиссы и разрешать противоречия.

Лидерство и мотивация. Умение мотивировать, делегировать обязанности.

Навык слушателя. Умение слышать и слушать других.

Этика. Умение вести себя доверчиво и достойно по отношению к другим.

Навыки критического и творческого мышления:

Умение решать проблемы. Навык решения проблем при минимальных затратах.

Креативное мышление. Умение в любой ситуации найти оригинальное решение.

Распознавание новых возможностей. Навык по распознаванию новых трендов, возможностей и инноваций.

Практические навыки:

Постановка целей. Способность стратегирования, регулярной постановки целей, плана действий и достижения их.

Планирование и организация. Умение создать бизнес-план и координировать действия команды для достижения целей.

Принятие решений. Умение принимать решение исходя из большого объёма информации.

Профессиональные компетенции присущие успешному предпринимателю[15].

Помимо знаниевых навыков, *hard skills* (предметные навыки), предпринимателю необходимы навыки *self-skills* (самонавыки) по различным видам деятельности, давайте рассмотрим их с точки зрения успешности в сложных, пандемических условиях.

Организационно-управленческая деятельность:

Уметь:

- ✓ управлять конфликтами;
- ✓ управлять рисками, оценивать, прогнозировать, минимизировать последствия;
- ✓ оценивать человеческий потенциал команды;
- ✓ оценивать человеческий капитал партнеров;
- ✓ организовать поиск, подбор, отбор и работу команды;
- ✓ управлять денежными потоками;
- ✓ управлять каналами дистрибуции;
- ✓ находить и принимать организационно-управленческие решения в условиях неопределенности, учитывать их последствия;
- ✓ управлять повышением квалификации и развитием команды.

Владеть:

- ✓ навыками и этикой бизнес-коммуникаций;
- ✓ основами и принципами управления бизнесом;
- ✓ навыками работы в группе и управление подчинённой командой;
- ✓ методами мотивации и стимулированию персоналом команды;
- ✓ инструментами маркетинга;
- ✓ методами и инструментами операционного, инновационного, инвестиционного и стратегического менеджмента;

Секция: «Развитие предпринимательской инициативы и проектной деятельности»

✓ методами и инструментами менеджмента качества по международным стандартам.

Генерация бизнеса и социальных инициатив.

Уметь:

✓ разрабатывать бизнес-проекты и актуализировать концепцию бизнеса исходя из экономических условий;

✓ находить и привлекать ресурсы инвесторов;

✓ демонстрировать лидерские качества в процессах создания и управления бизнесом;

✓ создавать и управлять брендом;

✓ оценивать социальные, технологические, инновационные и экономические условия осуществления предпринимательской деятельности и прогнозировать сценарии развития.

Владеть:

✓ способностью видеть бизнес-возможности и формулировать бизнес-идею;

✓ способностью применять в своей деятельности основы конкурентного анализа;

✓ способностью применять в своей деятельности нормативные правовые документы в области предпринимательства.

Информационно-аналитическая деятельность.

Уметь:

✓ выявлять и оценивать экономические тренды, рыночные тенденции и дефициты рынков;

✓ оценивать экономическую систему во внутренней и внешних средах;

✓ управлять знаниями в рамках реализуемой предпринимательской сферы деятельности.

Владеть:

✓ методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;

✓ компьютерными навыками и использовать прикладные программы в целях автоматизации создания и управления бизнесом.

Расчетно-экономическая деятельность.

Уметь:

✓ управлять знаниями в рамках расчетно-экономической деятельности бизнеса.

Владеть:

✓ основами денежного обращения;

Секция: «Развитие предпринимательской инициативы и проектной деятельности»

- ✓ методами бухгалтерского учета;
- ✓ методами и инструментами антикризисного стратегического менеджмента;
- ✓ методами оценки и управления стоимостью бизнеса.

Производственно-технологическая деятельность.

Уметь:

- ✓ управлять жизненным циклом продукции;
- ✓ проектировать и организовывать производство;
- ✓ планировать и управлять производством;
- ✓ распределять и управлять производственно-технологическими ресурсами

- ✓ планировать и проводить испытания;
- ✓ проводить сертификацию продукции и производства;
- ✓ вести документооборот с использованием автоматизированных систем.

Владеть:

- ✓ методами защиты персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- ✓ способностью предвидеть и понимать экологические последствия реализации предпринимательских проектов, разрабатывать меры по снижению возможных экологических рисков.

Нами изучены черты характера, навыки, профессиональные компетенции, которыми необходимо обладать успешному предпринимателю. Достаточно ли обладать данными качествами для достижения успеха в бизнесе?

Давая оценку черт предпринимателей, возглавляющих быстрорастущие компании США, М. Стори [16] пишет, что предприниматели работают, когда остальные спят, путешествуют, когда другие обедают, планируют, когда другие развлекаются. Общие характерные черты успешных предпринимателей это – настойчивость и целеустремленность. Предприниматель редко застенчив и робок, его неотъемлемая черта умение разумно рисковать, но деньги для него не являются основным мотивирующим фактором. Тот, кто ставит во главу только большие доходы, обязательно доведет свое дело до финансового краха.

Очевидно, что с падением спроса из-за пандемии, карантинном, запретами, ограничениями, многие предприниматели не «выживут», точнее «выживут» сильнейшие, те, кто смог создать подушку безопасности, имеет эффективную модель бизнеса, приспособился к существующим условиям. Успешные предприниматели способны постоянно много трудиться, учиться на чужих ошибках, из своих извлекать уроки. Они понимают, что постоянно пополняемые знания, умения и навыки являются базой

предпринимательского успеха. Если в «обычных» экономических условиях основным рычагом развития являются инновации и нововведения, то в условиях пандемии это меры государственной поддержки предпринимателей. Сейчас принято три пакета мер поддержки экономики, Президентом РФ озвучен план по восстановлению экономического роста на два года, в том числе включая меры по поддержке населения и ряда секторов экономики.

Новая экономическая реальность, многократно ускорит процессы выявления неэффективных предпринимателей и слабых игроков, их банкротство и уход с рынка. Останутся только успешные предприниматели, способные развивать жизнеспособные модели бизнеса и приспособливаться к последствиям пандемии.

Выводы исследования:

Проведенный анализ черт характера, навыков, профессиональных компетенций предпринимателя позволил дать наиболее общие характеристики успешного предпринимателя. Он должен быть честным, компетентным, инициативным, целеустремленным, проявлять лидерство, позитивно относиться к людям. Успешный предприниматель постоянно учится, готов к принятию риска, умеет преодолевать сопротивление окружающей среды, гибок, готов к модернизации, настойчив в достижении поставленной цели. Кроме этого, обладает чувством ответственности, упорства, обладает высокой работоспособностью, умеет привлекать партнеров, имеет коммерческий склад ума.

Литература

1. Ректор ВШЭ предупредил о риске обеднения среднего класса в России: РБК – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/20/04/2020/5e9de0579a794708afcf0b40> (дата обращения 15.03.2021)
2. Исследование выявило рост безработицы в России: РИА Новости – Режим доступа: <https://ria.ru/20210315/bezrabotitsa-1601183794.html> (дата 08.04.2021)
3. Число прекративших работу ИП с начала эпидемии России выросло на 77%: РБК – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/20/04/2020/5e9de0579a794708afcf0b40> (дата обращения 10.04.2021)
4. В апреле число созданных в РФ компаний упало в 2,5 раза: Финмаркет – Режим доступа: <http://www.finmarket.ru/news/5235663> (дата обращения 20.03.2021)
5. ВЦИОМ: уровень дохода в период пандемии сохранили 60% работающих россиян: РИА Новости - Режим доступа: <https://ria.ru/20200430/1570805699.html> (30.03.2021)
6. Официальный сайт компании Ipsos. – Режим доступа: <https://www.ipsos.com/ru-ru/onas> (дата обращения 26.03.2021)
7. Почти треть россиян из-за коронавируса заявили об отсутствии сбережений: РБК – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/29/04/2020/5ea9861a9a79474828bf2211> (дата обращения 20.03.2021)

8. Росстат выдал окончательные данные по инфляции - 2020: Росбалт – Режим доступа: <https://www.rosbalt.ru/business/2021/01/12/1881728.html> (дата обращения 05.04.2021)
9. Как Росстат считает инфляцию и можно ли его перепроверить – Официальный сайт: Федеральной службы государственной статистики – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/ps/inflation/> (дата обращения 09.04.2021)
10. ЦБ повысил прогноз по инфляции в России: РИА Новости – Режим доступа: <https://ria.ru/20200424/1570520904.html> (дата обращения 24.03.2021)
11. Правительство РФ утвердило перечень наиболее пострадавших от пандемии отраслей экономики: Мойбизнес – Режим доступа: <https://мойбизнес.пф/anticrisis/mishustin-utverdil-perechen-naibolee-postradavshikh-ot-pandemii-otrasley-ekonomiki> (дата обращения 16.03.2021)
12. Психологический портрет предпринимателя: черты характера и качества [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ipinform.ru/otkrytie-ip/podgotovka-k-otkrytiyu-ip/kachestva-predprinimatelya.html> (дата обращения 16.03.2021)
13. Как стать успешным бизнесменом с нуля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kakbiz.ru/psixologiya-biznesa/kak-stat-uspeshnyim-biznesmenom-s-nulya.html> (дата обращения 23.03.2021)
14. Навыки предпринимателя [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://4brain.ru/blog/навыки-предпринимателя/> (дата обращения 17.03.2021)
15. Профессиональные компетенции предпринимателя [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://kopnov.livejournal.com/2680.html> (дата обращения 28.03.2021)
16. Стори М. Самые быстрорастущие компании США. Взгляд изнутри. Нью-Йорк: Джон Вилли и Сонс, 1989.

УДК 338.23

РЕАЛИЗАЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА» (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ)

А. Т. Давтян

Кафедра экономического теории и государственного управления
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
davtyanait@mail.ru

В статье рассматриваются вопросы реализации федерального проекта «Популяризация предпринимательства» на примере студентов вузов. Раскрыты проблемы, препятствующие развитию молодежного предпринимательства, а также предложены пути их решения. Рассмотрены примеры внедрения в образовательные организации инновационной инфраструктуры и инициативных мероприятий, способствующих привлечению в сферу предпринимательства молодежи.

Ключевые слова: предпринимательство, молодежное предпринимательство, популяризация предпринимательства, инновационная инфраструктура, государственное регулирование.

Федеральный проект «Популяризация предпринимательства» национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» ориентирован, в том числе, на вовлечение различных категорий граждан, в сектор малого и среднего предпринимательства (МСП). Актуальность реализации данного проекта связана с тем, что МСП является важнейшим социально-экономическим институтом во многих развитых экономических системах, так как обладает большой гибкостью и адаптивностью к изменяющимся условиям рынка. Однако, несмотря на активное обсуждение проблем развития МСП, множество реализуемых мер поддержки, малый и средний бизнес имеет слабую роль в российской экономике: в 2019 г. его вклад в ВВП составил 21,9%, в несырьевой экспорт — 8,8%, в занятость — 25%. В то же время в странах с развитой экономикой сектор МСП занимает значительную часть экономики: так, в Германии он обеспечивает 55% ВВП, в США — 44%, в странах ОЭСР — в среднем 33%. В России на 10 тыс. населения приходится около 180 субъектов МСП, тогда как в Бразилии — 240, в Германии — 274, в Венгрии — 548 [1].

Инновационный потенциал малого и среднего предпринимательства зависит, в основном, от вовлеченности молодежи в предпринимательскую деятельность. Многие исследования подтверждают, что молодежь оценивает предпринимательство как привлекательную сферу занятости (среди людей в возрасте до 29 лет таких 29%, 40 лет и старше — менее 18%), также среди молодежи больше тех, кто считает, что предпринимательству можно научиться (среди людей в возрасте до 29 лет таких 53%, 40 лет и старше — менее 43%). Вместе с тем на практике наблюдается колоссальный разрыв между желанием молодежи заниматься предпринимательством и реальными показателями развития молодежного предпринимательства. Так, в ходе социологических опросов молодежи до 78% опрошенных отмечают, что предпринимательство дает уникальную возможность самореализации, 60% выражают уверенность, что собственное дело позволит получить более высокие доходы, чем работа по найму. Вместе с тем лишь примерно 3% молодежи реально удалось создать свой бизнес в России [2].

Развитие молодежного предпринимательства и пути его закрепления в профессиональных стратегиях молодежи зависит во многом от института образования, который несет функцию сохранения и воспроизводства культуры предпринимательства. Через институт образования можно решить ряд проблем, препятствующих развитию молодежного предпринимательства:

- отсутствие необходимых знаний и опыта в сфере МСП;
- недостаточная мотивация к постоянному развитию и совершенствованию своего бизнеса;
- дефицит квалификационных работников на рынке труда;
- низкий уровень правовой и финансовой грамотности потенциальных предпринимателей.

Таким образом, для реализации федерального проекта представляется целесообразным привлекать к участию в популяризации молодежного предпринимательства образовательные организации, развивая в вузах инновационную инфраструктуру (инкубаторы, технопарки).

Примером формирования успешной инновационной вузовской инфраструктуры является Бизнес-инкубатор ВШЭ (HSE Inc) — структурное подразделение Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» [3]. Данный инкубатор занимает 1 место в рейтинге университетских бизнес-инкубаторов UBI Global. Для поддержки и вовлечения студентов в предпринимательскую деятельность на базе инкубатора проводятся различные мероприятия, реализовываются программы для социальных и технологических предпринимателей. Так же команда ВШЭ разрабатывает и реализовывает онлайн-курсы для стартапов. Среди последних проектов: «Академия #безкода» и «Стартап-школа» с компанией Вымпелком. Создают корпоративные и отраслевые акселерационные программы совместно с партнерами, среди которых: ПАО Сбербанк, Такском, Ростелеком, МТС, Рыбаков Фонд, РВК, ЭФКО и др.

Подобная инфраструктура помогает будущим предпринимателям – студентам вузов проверять идеи, быстро запускать стартапы с нуля, находить менторов и экспертов, искать первых клиентов и привлекать инвестиции.

Потенциалом популяризации предпринимательства среди студенческой молодежи обладают инициативные мероприятия вузов, такие как различные практико-ориентированные курсы предпринимательства, школы по обучению студентов моделям компетенций, связанных с предпринимательством и предприимчивостью и т.д.

Так. Например, в КемГУ успешно развивается школа технологического предпринимательства «ИНСАЙТ», основными направлениями деятельности которой являются:

- развитие у студентов КемГУ предпринимательских компетенций;
- выявление студентов, обладающих способностями к предпринимательству и научно-техническому творчеству;
- вовлечение студентов КемГУ в региональные и федеральные программы по поддержке молодежных научно-технических проектов и предпринимательской деятельности;
- организация для студентов и преподавателей краткосрочных курсов, по направлению «инженерное предпринимательство».

Школа рассчитана на студентов, которые хотят совершенствоваться в области коммерциализации результатов исследований и разработок. Участники «ИНСАЙТ» получают возможность развить необходимые компетенции в рамках встреч и мастер-классов с успешными предпринимателями страны и региона, прохождения краткосрочных образовательных курсов, командной работы над предпринимательскими проектами.

Также на базе КемГУ создан Региональный центр финансовой грамотности Кузбасса, главной задачей которого является повышение уровня финансовой грамотности всех категорий населения: от детей дошкольного возраста до пенсионеров. На данной площадке также реализовываются мероприятия, направленные на вовлечение в предпринимательскую деятельность молодежь.

К инструментам популяризации предпринимательства среди молодежи также можно отнести внедрение в программы профессиональной ориентации и развития карьеры в вузах и колледжах возможность выбора самозанятости и предпринимательства.

Таким образом, развитие систем популяризации предпринимательства в вузах является фундаментом для подготовки предпринимателей и развития субъектов малого и среднего бизнеса, так как обладает потенциалом, позволяющим развивать предпринимательство на базе существующей в вузах инфраструктуры и интеллектуального потенциала.

Литература

1. Экспертный доклад НИУ ВШЭ «Россия в новую эпоху: выбор приоритетов и цели национального развития» [Электронные ресурс] – Режим доступа: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/401421877.pdf> (дата обращения: 10.04.2021)
 2. Статистика официального сайта Росмолодежи [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/activity/statistic> (дата обращения: 10.04.2021)
 3. Официальный сайт Бизнес-инкубатора НИУ ВШЭ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://inc.hse.ru/> (дата обращения: 10.04.2021)
- Научный руководитель – к.э.н., доцент Апарина Н. Ф.

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ

М. Е. Останин

Кафедра бухгалтерского учета, анализа, аудита и налогообложения
ФГБОУ ВПО "Кемеровский государственный университет"
maxostanin2014@yandex.ru

Аннотация: В настоящее время самым важным ресурсом стала информация. Именно информация и цифровые носители захватывают всё больше и больше сфер жизнедеятельности человека. Не зря Натан Маёер впервые произнёс легендарную фразу: «Тот, кто владеет информацией владеет миром».

В данной работе анализируется то, как информация влияет на принятие решений в крупных компаниях, поскольку данные необходимые для принятия решений становятся стратегическим ресурсом, под которым понимается совокупность экономической информации и организационных, нормативных, правовых, технических и программных средств, обеспечивающих возможность сбора, передачи, накопления, хранения и актуализации информации, а также реализованная возможность предоставления ее

Секция: «Развитие предпринимательской инициативы и проектной деятельности»

пользователям в соответствии с конкретными запросами в удобной для них форме в заданные сроки и по оговоренной цене [1].

Федеральным законодательством [2] устанавливается, а опытом развития отечественного предпринимательства объективно подтверждается, что малый и средний бизнес, помимо финансовой и имущественной поддержки, не в меньшей, а скорее даже в большей степени нуждается в государственной поддержке в сфере информационного и консультационного обеспечения предпринимательской деятельности в целях повышения эффективности оной. Практика деятельности малых и средних предприятий позволяет выделить информационные ресурсы, играющие особую роль в развитии малого бизнеса и пользующиеся наибольшим спросом, в частности:

- a) маркетинговые исследования рынков, на которых действуют предприниматели;
- b) мониторинг экономических и финансовых показателей, колебаний цен;
- c) изменения в нормативно-правовой базе;
- d) системы поддержки малого предпринимательства и соответствующие государственные программы и проекты;
- e) прогнозы и исследования внешнеэкономической информации;
- f) аналитика деловой прессы;
- g) социально-экономическая информация.

В рамках организации и развития информационного обеспечения субъектов предпринимательской деятельности действующее законодательство предусматривает решение следующих задач [1]:

○ объединение существующей на сегодняшний день информационной инфраструктуры, ее оптимизация посредством формирования единого информационного пространства для малого бизнеса;

- a) активизация использования современных информационных технологий в предпринимательской деятельности и расширение сфер их

применения;

- c) адаптация возможностей сетей деловой информации и средств массовой информации для удовлетворения информационных потребностей малого предпринимательства
- e) Решение вышеназванных задач возможно при следующих условиях:
- f) достаточный уровень компетентности собственников информации и ее держателей в вопросах поддержки субъектов малого бизнеса;
- h) интеграция, согласованное участие и эффективное использование возможностей всех структур поддержки предпринимательской деятельности;
- j) расширение сфер и возможностей существующей инфраструктуры
- k) информационного обеспечения предпринимательской деятельности;
- l) формирование и развитие адекватной административной и ресурсной поддержки реализуемых мероприятий;

- m) организация активного взаимодействия с субъектами
- n) информационного рынка;
- o) активное освоение и эффективное использование возможностей
- p) перспективных информационных технологий.

Стремительный рост объемов возникающей и используемой информации, возрастающие требования к ее оперативности и достоверности, а также к скорости принятия управленческих решений, объективно подтверждают необходимость применения унифицированного подхода к поиску и обработке данных на основе использования информационных технологий, преимуществ компьютерных сетей и электронных форм представления информации.

На мой взгляд, самая продвинутая компания с точки зрения информации, IT-технологий и количества задействованных ресурсов для обеспечения работы компании – это ООО «Яндекс». Экономические показатели данной компании представлены ниже.

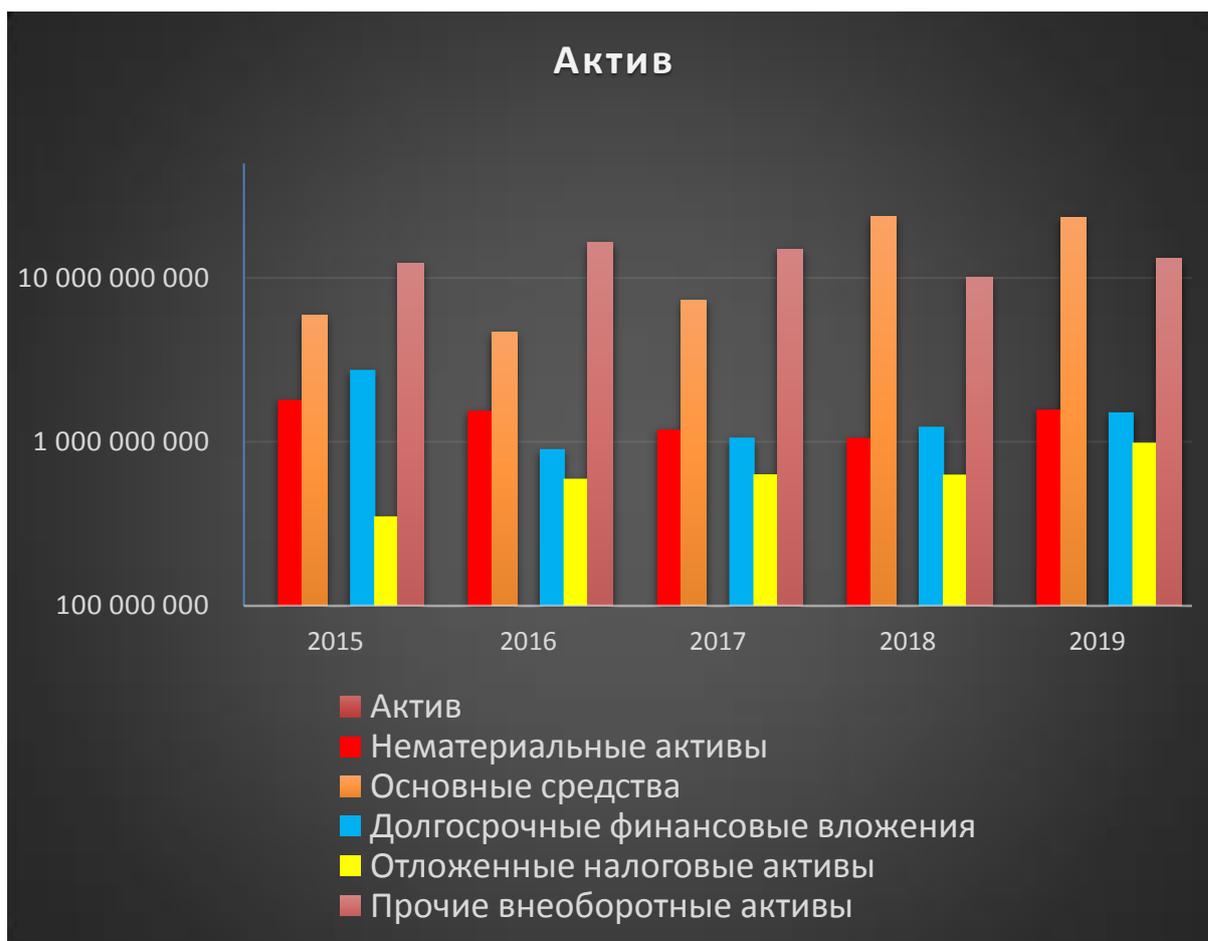


Рис. 1. Движение нескольких видов активов за период 2015-2019 гг.

Анализируя данный график можно сказать, что за данный период долгосрочные и финансовый вложения изменились сильнее всех (-81,36 %), а основные средства за тот же период увеличились на 74,6 %.

Литература

1. Русакова Е.В. Информационный потенциал промышленных предприятий: оценка, динамика, резервы повышения: диссертация кандидата экон. наук. – Самара: Самарский гос. экономический ун - т, 2006.
2. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (ред. от 23.07.2013).
Научный руководитель: к.э.н., доцент Корчагина И. В.

УДК 334.012

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ЕГО РОЛЬ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РОССИИ

С.С.Ларин

Кафедра бухгалтерского учета, анализа, аудита и налогообложения
ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

larinstepansergeevich@gmail.com

В настоящее время существует множество подходов к определению социального предпринимательства и критериев отнесения к нему конкретных видов бизнеса. Однако эти подходы и критерии имеют размытый характер и структуру. То же относится к так называемым успешным практикам социального предпринимательства в России и за рубежом. В данной работе предпринята попытка выделить существующие подходы к понятию социального предпринимательства и его характеристике. Проблемная ситуация исследования связана с размытостью понимания социального предпринимательства, критериев оценки его эффективности, непривлекательностью данного бизнеса. Роль социального предпринимательства для решения социальных проблем достаточно полно изучена. В работе обосновано его экономическое значение, выделены прямой и косвенный эффект развития данного бизнеса.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальное воздействие, предпринимательская деятельность

В обширной научной литературе под социальным предпринимательством понимают предпринимательскую деятельность, направленную на смягчение или разрешение социальных проблем. Социальные проблемы достаточно разноплановы, можно выделить основные, на решение которых направлен данный бизнес:

- трудоустройство определенных категорий граждан, например, многодетных матерей, инвалидов;
- реабилитация определенных категорий населения (лица, пострадавшие от насилия, пострадавшие в результате вооруженных конфликтов);
- поддержание и развитие народных промыслов, культурных традиций;
- благотворительные продажи, где прибыль перечисляется в благотворительные фонды;
- поддержание экологически чистых производств и переработка отходов;

- получение дополнительного образования и развитие клубов по интересам для малообеспеченных граждан, пенсионеров и лиц с ограниченными возможностями;

Бизнес-модель, которая создается в результате социального предпринимательства, характеризуется уникальными свойствами. Одно из них заключается в том, что прибыль такой модели выражена в наращении социального блага. Виды бизнеса, соответствующие модели социального предпринимательства, имеют отличия от бизнеса с корпоративной социальной ответственностью, так как в во втором случае на социальные блага направлена часть прибыли, а не все средства. Тип социального предпринимательства, кроме того, имеет отличия от благотворительной деятельности, так как предполагает получение выручки и окупаемость затрат. Ниже изложены основные характеристики социального предпринимательства, в соответствии с ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"[1] и научной литературой [2,3].

Таблица 1

Характеристики социального предпринимательства

Характеристики	ФЗ N 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"	Научная литература [2,3]
Условия	1) обеспечивает занятость отдельных категорий граждан, при условии, что по итогам предыдущего календарного года их среднесписочная численность составляет не менее 50% (но не менее двух лиц, относящихся к таким категориям), а доля расходов на оплату их труда составляет не менее 25%; 2) обеспечивает реализацию производимых гражданами из числа отдельных категорий товаров (работ, услуг); 3) осуществляет деятельность по производству товаров (работ, услуг), предназначенных для граждан из числа отдельных категорий в целях создания для них условий, позволяющих преодолеть или компенсировать ограничения их жизнедеятельности, а также	1) Социальное воздействие 2) Устойчивые социальные результаты позитивного характера, которые можно измерить. 3) Инновации 4) Финансовая устойчивость и самоокупаемость 5) Тиражируемость и масштабируемость 6) Предпринимательский подход

Секция: «Развитие предпринимательской инициативы и проектной деятельности»

	<p>возможностей участвовать наравне с другими гражданами в жизни общества;</p> <p>4) осуществляет деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей и способствующую решению социальных проблем общества.</p>	
Субъекты	Социальные предприятия, соответствующие пунктам 1-4 предыдущего раздела	<p>1) Организации коммерческого типа.</p> <p>2) Организации некоммерческого типа.</p> <p>3) Индивидуальные предприниматели</p>
Основные виды деятельности и	<p>- деятельность по оказанию социально-бытовых услуг, социально-медицинских услуг, психологических услуг, социально-педагогических услуг, социально-трудовых услуг;</p> <p>- социальная адаптация и социальное сопровождение для определенной категории граждан;</p> <p>- производство медицинской техники для профилактики инвалидности или реабилитации инвалидов, оздоровление инвалидов;</p> <p>- дополнительное образование, организация отдыха детей;</p> <p>- обучение волонтеров</p> <p>- культурно-просветительская деятельность, развитие межнационального сотрудничества, сохранение и защиту самобытности, культуры, языков и традиций народов Российской Федерации;</p>	<p>- экологическое предпринимательство;</p> <p>- обеспечение социальной защиты гражданам, которые оказались в сложной жизненной ситуации;</p> <p>- трудоустройство инвалидов;</p> <p>- развитие дополнительного образования, кружков и секций для поддержания физического здоровья детей;</p> <p>- деятельность, связанная с сохранением культурных традиций, ремесел, народным творчеством.</p>

Наиболее яркими примерами социального предпринимательства являются:

1 проект «Веселый войлок» в городе Рыбинске, который привлекает к работе многодетных матерей и дает им возможность работать из дома;

2 ООО Детский Оздоровительный Центр «Здравствуй», который расположен в городе Долгопрудный. Центр оказывает оздоровительные услуги, «особенные» дети имеют скидку 50%

3 Медицинский проект «Кнопка жизни», который позволяет экстренно оказывать медицинскую помощь детям, инвалидам и пенсионерам;

4 «Музейная фабрика пастилы в Коломне», сохраняет традиции производства пастилы по старинным рецептам, проводит театрализованные экскурсии, в том числе и для лиц с ограниченными возможностями.

В экономической литературе существуют различные подходы к выделению главных признаков социального предпринимательства. Обычно выделяют такие критерии, как инновационные технологии и социальная направленность предпринимательства.

По нашему мнению ключевым признаком социального предпринимательства является его социальная направленность, то есть решение социальных проблем или их смягчение. Сложность заключается в определении эффективности социального предпринимательства, так как сложно измерить социальное благо. Однако социальное предпринимательство значительно увеличивает показатели экономической эффективности:

- социальное предпринимательство вводит в оборот те ресурсы, которые раньше в подобных количествах не применялись (например, производственные отходы);

- вовлечение дополнительных человеческих ресурсов, к последним можно отнести социально запрещенные группы, в которых состоят бедняки, этнические диаспоры и так далее;

- привлечение дополнительных потребителей;

- вовлечение в предпринимательство лиц с ограниченными возможностями или представителей отдельных групп малообеспеченного населения увеличивает платежеспособный спрос, что дает толчок развитию дополнительных услуг;

- формирование налогооблагаемой базы, увеличение налоговых поступлений в бюджет.

Таким образом, социальное предпринимательство дает прямой и косвенный экономический эффект. Прямой эффект заключается в создании самого бизнеса и получении прибыли, и увеличении налогооблагаемой базы. Косвенный эффект заключается в увеличении платежеспособного спроса за счет категории лиц, дополнительно вовлекаемых в предпринимательство, расширению смежных производств.

Литература

1. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 30.12.2020) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021) [Электронный ресурс] –Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 2.04.2021).

2. Социальное предпринимательство: субъекты, законы, организация [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pravo.moe/socialnoe-predprinimatelstvo-subekty-zakony-organizacii/> (дата обращения 2.04.2021).

3. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования : монография. — Москва : Высшая школа экономики, 2011. — 288 с. — ISBN 978-5-7598-0883-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/66086> (дата обращения: 13.04.2021).

Научный руководитель – канд.экон. наук, доцент Корчагина И.В.

УДК 334.012

ВЛИЯНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ЛИЧНЫХ ПОМОЩНИКОВ (ГРА) НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

А.Д.Симонов

Кафедра финансов и кредита

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

artem-simonov@mail.ru

С развитием технологий в российской федерации появляются новые решения для сбора, поиска и анализа информации в интернете. В статье рассмотрены современные решения для сферы предпринимательства.

Ключевые слова: искусственный интеллект, чат-бот, предпринимательство.

С развитием технологий в российской федерации появляются новые решения для сбора, поиска и анализа информации в интернете. Одно из таких средств называют голосовыми ассистентами. Это специально созданные программы на базе ИИ, которые могут служить виртуальным собеседником выдавая запрашиваемую информацию в упорядоченном виде по нужной команде. В список самых популярных помощников включают- Google Assistant, Apple Siri, Microsoft Cortana и Amazon Alexa. [1]

Так же подразделяют помощников на основе приложений или соц. сетей, в это направление входят чат-боты. Чат-бот является сервисом на основе заданных алгоритмов для взаимодействия с пользователем в чате для получения определенной информации. Сервис может быть любым, от функционального до веселого. Одни из самых популярных приложений где сосредоточены чат-боты можно назвать Facebook Messenger, Telegram. [2, 3]

В российском сегменте лидерами в сфере искусственного интеллекта являются «Яндекс», «Сбербанк» и холдинг Mail.ru Group. В 2020 году рынок ИИ оценивался в 291,5 млрд рублей. [4]

Через чат-ботов можно совершать покупки и услуги любого рода, а создать бота может каждый предприниматель. С 2017 года чат-ботами начали интересоваться банки, предприниматели, страховые компании. Начиналось внедрение речевых технологий. Особенность российского рынка чат-ботов с поддержкой NLU – низкая активность мировых игроков. Как видно на Карте рынка разговорного AI, далеко не у всех продуктов мировых

лидеров есть российская локализация. Так, ни Alexa от Amazon, ни Cortana от Microsoft, ни даже Google Assistant не работают с русским языком.

В 2018 году объем мирового рынка чат-ботов достиг 524 миллионов рублей. В 2019 он вырос до 1,5 миллиардов и будет расти на 30% в год. К 2023 году рынок ботов вырастет до 33 миллиардов рублей, которые представлены на рисунке [1].

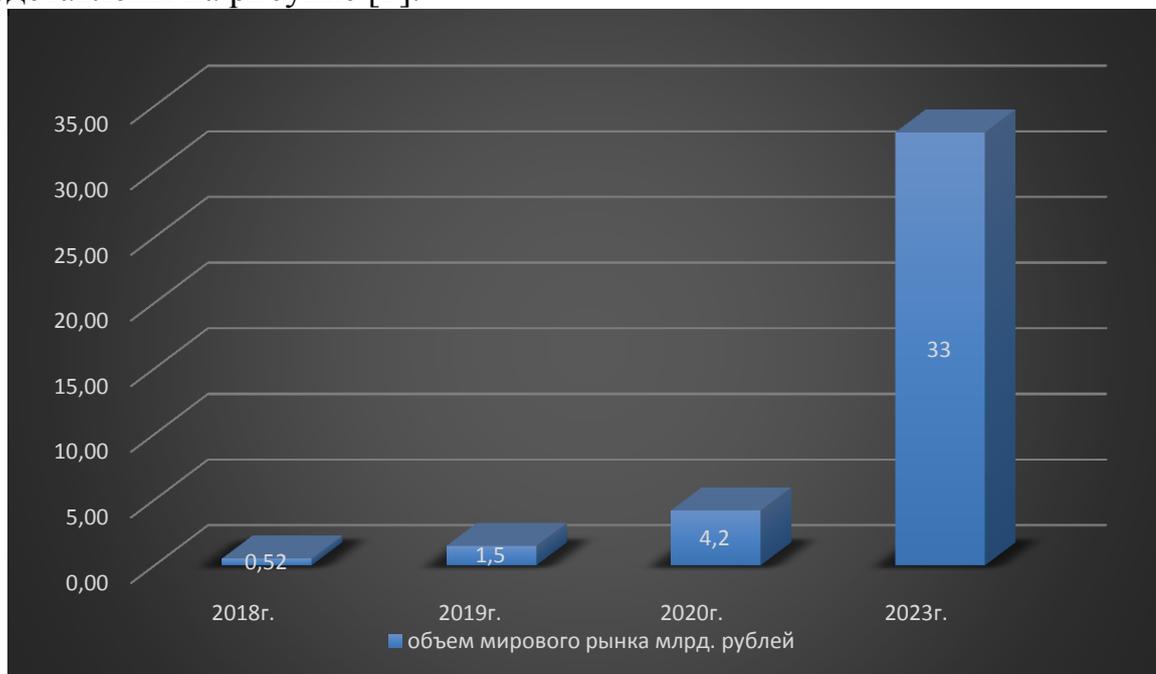


Рис. Объем российского рынка AI, чат-ботов и интеллектуальных ассистентов 2018-2020гг., прогноз на 2023г., млрд руб.

Литература

1. Intelligent Virtual Assistant Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2021-2026 [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.researchandmarkets.com/reports/5311715/intelligent-virtual-assistant-market-global?w=4&utm_source=BW&utm_medium=PressRelease&utm_code=rvtgh
2. The Complete Beginner's Guide To Chatbots [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://chatbotmagazine.com/the-complete-beginner-s-guide-to-chatbots-8280b7b906ca>
3. Статья «Названы компании-лидеры в сфере искусственного интеллекта в России» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rb.ru/news/ai-leaders/#:~:text=Компаниями-лидерами%20в%20сфере%20искусственного%20интеллекта,месте%20расположил%20холдинг%20Mail.ru%20Group>
4. Альманах [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://aireport.ru/ai_index_2020
Научный руководитель – к.э.н., доцент Формулевич Я.В.

Научное издание

Региональное развитие: экономика и социум. Взгляд молодых исследователей

Материалы симпозиума в рамках
XVI (XLVIII) Международная научная конференция
студентов и молодых ученых «Образование, наука,
инновации: вклад молодых исследователей», приуроченная
к 300-летию Кузбасса

Выпуск 22

16+

Материалы печатаются в авторской редакции

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Кемеровский государственный университет»
(КемГУ).
650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6.

Объем 4,65 Мб