

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. А.Н. КОСЫГИНА  
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»

**ВСЕРОССИЙСКАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ  
С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ**

**«ЭКОНОМИКА СЕГОДНЯ:  
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ  
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ»  
(ВЕКТОР-2021)**

**ЧАСТЬ 1**

**МОСКВА  
2021**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

---

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. А.Н. КОСЫГИНА  
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**

**Всероссийская научная конференция  
молодых исследователей  
с международным участием  
«Экономика сегодня: современное состояние  
и перспективы развития»  
(Вектор-2021)**

**25 мая 2021 г.**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
Часть 1**

**МОСКВА - 2021**



УДК 378:001:891  
ББК 74:58:72  
В85

**В85** Всероссийская научная конференция молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2021): сборник материалов / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство). Часть 1 – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2021. – 240 с.

ISBN 978-5-00181-113-8

Сборник составлен по итогам Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2021), состоявшейся 25 мая 2021 г. в Российском государственном университете им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва. В сборнике рассматриваются современные вопросы экономического развития общества и народного хозяйства, мировой экономики, менеджмента и маркетинга, управления финансами на предприятиях и в отраслях экономики.

Сборник предназначен для широкого круга читателей, интересующихся научными исследованиями и практическими решениями молодых исследователей – студентов, магистрантов, аспирантов организаций высшего образования.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей. Статьи представлены в авторской редакции. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

При перепечатке материалов сборника статей Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2021) ссылка на сборник статей обязательна.

УДК 378:001:891  
ББК 74:58:72

#### **Редакционная коллегия**

Силаков А.В., проректор по науке; Оленева О.С., доцент; Гуторова Н.В., начальник ОНИР; Андросова И.В., старший преподаватель.

#### **Научное издание**

**ISBN 978-5-00181-113-8** © Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2021  
© Коллектив авторов, 2021





УДК 33

## ОСОБЕННОСТИ ЦИКЛИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Габова В.П., Бреславцева Е.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Армавирский государственный  
педагогический университет», Армавир*

В статье рассмотрены особенности циклического развития экономики. Отмечены новые подходы к изучению структуры экономического цикла. Также в статье инновация рассматривается как основа циклического развития экономики.

В настоящее время, в условиях поиска новых ориентиров социально-экономического развития экономики, практически отсутствует общепризнанная теория, которая подробно описывает экономические циклы и их особенности, которая смогла бы объяснить причины их возникновения и раскрыть факторы, с помощью которых можно было бы влиять на модификацию экономических циклов.

Актуальность данного исследования определяется необходимостью более подробного уточнения понятия экономического цикла, а также выявления особенностей экономических циклов в экономике нашей страны.

Долгосрочное развитие России направлено «на обеспечение высокого уровня благосостояния населения и закрепление геополитической роли страны как одного из лидеров, определяющих мировую политическую повестку дня». Одним из возможных способов достижения данных целей является переход на инновационную модель развития.

Качество инноваций, в свою очередь зависит от способности технологического процесса создавать новшества ценные как с позиций технико-технологических характеристик, так и с точки зрения экономической эффективности (экономии издержек).

Основная масса инноваций реализуется в первую очередь предприятиями промышленной отрасли как наиболее мощным двигателем научно-технического прогресса, после чего инновации через диффузию распространяются на прочие отрасли экономики, служат важнейшим фактором обеспечения стабильности их функционирования, высокого экономического роста и конкурентоспособности.

Цель данного исследования заключается в обосновании соответствия фазы структурных преобразований цикличности и развития экономики.

В соответствии с поставленной целью исследования необходимо решить основные исследовательские задачи:

подробно уточнить содержание и соотношение понятий «экономический цикл» и «структурные преобразования экономики» на основе трудов отечественных и зарубежных авторов;



обосновать соответствие фазы структурных преобразований экономики современной России, цикличности развития экономики, а также для более детального прогнозирования социально-экономического развития ввести понятие «эластичность экономического цикла».

Научная новизна исследования заключается в концептуальном осмыслении экономических циклов, а также их влияния на экономику Российской Федерации на современном этапе.

Методологическая база исследования заключается в применении в процессе разработки проблематики исследования всеобщих методов научного познания, используемых как на эмпирическом, так и на теоретическом уровнях, среди которых необходимо выделить анализ и синтез, сравнение и абстрагирование. Также применялись методы экономической статистики и эконометрического анализа.

На сегодняшний день анализ научной экономической литературы, связанной с изучением цикличности развития экономики, позволит нам выделить две наиболее распространённые трактовки понятия «экономический цикл», а именно:

экономический цикл – это колебания уровня экономической активности, т.е. время, когда периоды подъёма сменяются периодами спада в экономике;

экономический цикл – это процесс прохождения экономики от пиковой (повышательной или понижательной) фазы одного цикла до следующей пиковой фазы этого же цикла.

В классической экономической литературе чаще всего выделяют от 4 до 5 фаз экономического цикла, а именно кризис, депрессия, оживление, подъём и так называемая пятая фаза экономического цикла – дно (временной отрезок, следующий за фазой депрессии до фазы оживления). Данные фазы экономического цикла характерны для промышленного (классического) цикла, описанного в трудах К. Маркса [2].

На изменение структуры и длительности экономического цикла влияет множество факторов, но наиболее сильное влияние оказывают следующие:

- углубление процессов интеграции и либерализации;
- усиление международного разделения труда;
- массовое применение и бурное развитие информационных и коммуникационных технологий, программного обеспечения, нанотехнологий, композитных материалов и т.д.

В итоге, под влиянием многочисленных факторов, присущих современной экономике, экономический цикл приобрёл новые черты, и, как следствие, изменилась форма протекания кризиса, как в мире в целом, так и в России в частности.



Экономический цикл имеет тенденцию к сжиманию, т.е. колебания принимают всё меньший размах. Как мы знаем, экономический цикл складывается из фаз, которые под действием факторов принимают характер небольших циклов (квазициклов), которые повторяются каждые 4-5 лет вместо 8-10. Вместе с тем изменилась и форма перехода от одной фазы цикла к другой. Продолжительность депрессии сократилась, фаза оживления стала короче, увеличилась продолжительность фазы подъема. Переход от подъема к кризису происходит медленнее и сравнительно плавно. За циклическими кризисами нередко следуют периоды длительного застоя капиталовложений, несмотря на оживление и рост производства. Данные изменения, с нашей точки зрения, обусловлены, прежде всего, качественными сдвигами в мировой и национальных экономиках, а также деятельностью государства в сфере антициклического регулирования [1].

Исходя из вышеописанных тенденций в изменении структуры экономического цикла в современной экономике необходимы новые подходы к изучению структуры экономического цикла. Помимо анализа экономического цикла в целом, необходимо более подробно анализировать отдельные фазы цикла, т.к. они отнюдь не одинаковы. Временные отрезки повышательной и понижательной волны на современном этапе развития неравномерны (т.е. отличаются как по количественным, так и по качественным характеристикам). Составляющие фазы повышательной (спад – депрессия) и понижательной (оживление – подъём) волны также неравномерны. Поэтому считаю целесообразным для более точного прогнозирования социально-экономического развития экономики на основе теории циклического развития экономики ввести понятие «эластичность экономического цикла».

Экономика представляет собой непрерывный циклический процесс, в котором явления повторяются через определенные промежутки времени. Изучению цикличности экономических процессов посвящено множество работ. Наибольшее распространение при изучении циклических процессов в экономике получили большие волны Кондратьева. Каждая волна характеризуется повышающими и понижающими периодами. Подъем связан с развитием инноваций, затухание волн обуславливается уменьшением воздействия новшества и преобразованием его динамического состояния в статическое. Кроме того, считается, что любой научно-технический прогресс возникает под влиянием кризисов: экономических, экологических, демографических, нравственных и других, преодоление этих кризисов позволяет сменить направление волны со спада на подъем. Кондратьевым было выделено три больших волны.

Продолжительность «длинных волн» Кондратьева составляет в среднем 48-55 лет. Однако, со второй половины XX в. по мере



интенсификации научно-технического прогресса циклы стали уплотняться и сжиматься в среднем до 40 лет против 50-55 лет в XIX в.

Понятие «инновация» применимо ко всем новшествам и усовершенствованиям, обеспечивающим экономию затрат или создающим условия для такой экономии как в производственной сфере, результатом которой является материальный продукт (товар), так и в прочих сферах деятельности, производящих различного рода услуги.

Из всех видов инноваций наибольшее влияние на инновационную деятельность предприятий оказывают радикальные (базовые) инновации, которые реализуют крупнейшие передовые изобретения и становятся основой революционных переворотов в технике и технологиях. Такие инновации требуют интенсификации усилий, длительного периода времени и крупных затрат для освоения, но играют важнейшую роль в посткризисном восстановлении страны в условиях увеличения масштабов внешних и внутренних вызовов, с которыми сталкивается Россия.

Большинство технических достижений и радикальных инноваций включая нанотехнологии, приобретаются на стороне, при этом в течение последних лет наблюдается общее снижение инновационной активности российских организаций.

Следует помнить, что радикальные инновации, для предприятий не готовых к их появлению и использованию, могут стать разрушительными и вызвать значительное отрицательное воздействие, на которое невозможно будет оказать влияние или контролировать в краткосрочной перспективе. Разрушительные (или «подрывные» инновации) – это инновации, которые изменяют соотношение ценностей на рынке. При этом старые продукты становятся неконкурентоспособными просто потому, что параметры, на основе которых раньше проходила конкуренция, становятся неважными.

Таким образом, подводя итоги можно сказать, что несмотря на наличие у длинных волн и технологических укладов общей основы – выхода научно-технического прогресса на новый виток – их сущность различна. Длинные волны фиксируют изменения в структуре рынков, потребления, инвестирования, и могут иметь как положительную динамику (рост), так и отрицательную (спад). Напротив, смена технологических укладов означает поступательное движение научно-технического прогресса только вперед. Поэтому связь между ними отражает зависимость между рынком и научно-техническим прогрессом.

Компьютерные технологии обеспечили формирование инфраструктурной основы для разработки, инструментального применения и распространения указанного комплекса технологий. Исследования, выполненные с позиций макро- и микроанализа, доказывают этапность развития базисной инновации, согласующейся с динамикой длинной волны Н.Д. Кондратьева. Переломными точками в этой траектории являются, на



мой взгляд, качественные изменения технологических возможностей самой инфраструктуры. Распространение инноваций обнажает еще одну проблему, связанную с цифровым неравенством, – отсутствие производства, которое может использовать ИКТ, делает экономику страны кластерной, обрекая даже полномасштабное распространение технологий внутри страны на решение ограниченного круга задач. Допустимое пространство применения технологий закрепляет текущее положение страны, допуская эффективные и оправданные решения относительно небольшого круга производств, создавая кластеры.

**Список использованных источников:**

1. Афоничкин А.И. Основы менеджмента - СПб.: Питер, 2016. 528 с.
2. Маркс К. Экономические рукописи 1857-1861 гг. (первоначальный вариант «Капитала»): В 2 ч. Ч. 2 / Маркс Карл; Институт марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. - М.: Политиздат, 1980. - 620 с.

© Габова В.П., Бреславцева Е.А., 2021

УДК 338.2

**ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ  
И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС  
ЧЕРЕЗ СПЕКТР ГЕНДЕРНЫХ ПРОБЛЕМ**

Жохова А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Московский государственный университет  
имени М. В. Ломоносова», Москва*

С начала XXI в. мировая экономика претерпевает глобальные кризисы и проблемы, связанные с процессами интеграции и глобализации, в следствие чего мировая система экономики трансформируется [1]. Массовый переход разных стран к постиндустриальному миру, к новой системе развитости технологий, к новым разделам рынка и сфер влияния продемонстрировал важность человеческого капитала, в который необходимо инвестировать сегодня [2, 3]. В трудах видных экономистов, политологов, социологов и историков подмечается неразрывная связь между развитием культуры, гуманизацией общества и стремительным экономическим ростом [4]. Данная связь необратимо указывает на важность и развитие человеческого капитала, одной из актуальных проблем которого является кризис отношений между полами в современном мире.

Отрицательное влияние гендерного фактора на экономический рост связано, прежде всего, с тем, что женщины перестали признавать репродуктивную функцию в качестве цели своего существования, а традиционный сложившийся гендерный порядок в обществе нарушился [5]. При этом в данного рода дискуссии не учитывается вклад женщин в рост





производительности труда, в частности, а также в развитие мировой экономики, в целом, за последние 100 лет, в том числе благодаря преодолению многих патриархальных ценностей. Существует мнение, что массовое распространение женских феминистских движений в борьбе за равноправие, преимущественно, в XIX-XX вв. привело к торможению гармоничного взаимодействия между полами, что в корне опровергает любую теорию экономического прогресса. На самом деле, начиная с XX в. в преимущественно развитых странах женщины впервые получили гражданские права, право на образование, право на равную оплату труда, право на участие в политической жизни общества, что помогло им становиться востребованными квалифицированными специалистами в разных областях, а также приносить свой процент в мировой ВВП. Глобальный экономический прирост связан с процессом массового образования женщин, а также введения их в разные профессии. При этом работающие женщины успешно сочетают в себе как профессиональный карьерный рост, так и репродуктивную функцию. У женщин проявляется более развитая экономическая осознанность, т.к. женщины понимают, какие финансы им нужны для содержания и воспитания потомства. Соответственно, женщины становятся важным ресурсом роста экономики в разных странах. Однако не стоит недооценивать социальные, политические и экономические условия для такой жизни, которые сильно отличаются в зависимости от региона.

Наибольшая экономическая активность характерна для женщин в Европе, США, Канаде, т.к. в данных регионах реализуется активная гендерная политика [6]: женщины преодолели основные барьеры в получении высокой должности, равной оплате труда или в управлении своей страной. Условия, в том числе, политические, социальные, а также правовые позволяют женщинам в этих регионах влиять в большей степени на экономику своей страны. Стремительное экономическое развитие данных регионов также связано с тем, что, в связи с возникновением потребности в дополнительной рабочей силе, США, Канада и страны, преимущественно, северной Европы привлекали женщин на высокооплачиваемые должности [7]. Однако в странах Азии и Африки женщины чаще подвергаются дискриминации в связи с патриархальными и традиционными ценностями, из-за чего не могут реализовывать свои гражданские права, получать образование, страдают от бедности и насилия. Более того, сложность в профессиональной самореализации женщин в таких регионах осложняется тем, что исключительно на их плечи ложится уход за детьми, забота о пожилых родственниках, из-за чего женщины не могут не только устроиться на постоянную работу, но и получить непрерывное образование [8]. В данных ситуациях человеческий капитал женщины существенно снижается [9], т.е. ее запас знаний, здоровья, навыков и опыта



не могут быть сопоставимы с мужскими в сфере получения дохода [10]. Стоит признать, что в странах «третьего мира» бедность носит исключительно «женское лицо». Тем не менее, роль неравенства в экономическом и социальном развитии государств все чаще переосмысливается [11].

В заключении необходимо отметить важность обоих полов, а также их гармоничное взаимоотношение для проведения успешной и результативной экономической политики. Рост национальных экономик будет возможен, а кризис предотвращен, если будут обеспечены элементарные условия труда для женщин на тех же основаниях, что и для мужчин: равная оплата труда, равный доступ к местам работы, равный доступ к управлению предприятиями, регионами, а также в целом – государством. Если все женщины в мире перестанут подвергаться дискриминации по половому признаку во всех сферах жизни, то производительность труда на всех уровнях мировой экономики резко возрастет. Гендерное равноправие является одним из аспектов нового равновесия, которое необходимо для предотвращения глобального мирового кризиса. Более того, с ростом экономических показателей, увеличится показатель уровня жизни населения, в связи с чем будет возможен рост не только человеческого капитала, но и интеллектуального.

#### **Список использованных источников:**

1. Горшкова А. Л. Глобализация мировой экономики // Вестник ВУиТ. 2010. №20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-mirovoy-ekonomiki-1> (дата обращения: 24.04.2021).
2. Касаева Т. В. Роль трудового ресурса человека в общественной производительной комбинации // Вестник ТГУ. 2012. №11. С. 22–26.
3. Клинова М. В. Экономика Франции в Европе будущего // Научно-аналитический вестник Института Европы РАН. 2018. №5. С. 133–139.
4. Лаврентьева И. В., Сенев Л. И. Гендерный фактор в системе факторов экономического роста // Вестник ЧелГУ. 2001. №1. С. 113–115.
5. Ловцова Н. И. «Здоровая, благополучная семья – опора государства»? Гендерный анализ семейной социальной политики // ЖИСП. 2003. №3-4. С. 323–339.
6. Салменниemi Суви. Гендерное равенство в скандинавских странах: случай Финляндии. // Женщины. История. Общество: Сборник научных статей под общей редакцией В.И. Успенской. Вып. 2. – ОГУП «Тверское областное книжно-журнальное издательство», 2002. С. 50.
7. Штылева М. В. Политика гендерного равенства стран Северной Европы // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politika-gendernogo-ravenstva-stran-severnoy-evropy> (дата обращения: 24.04.2021).



8. Лофиченко О. П., Иванников Н. С. Гендерная дискриминация как отягчающий фактор глобальной продовольственной проблемы // История и современное мировоззрение. 2020. №4. С. 24–31.

9. Grinenko S.V., Zadorozhnyaya E.K., Naidenko I.S. Imperatives of gender equality in the reproduction of human capital at the regional level // Terra economicus. Rostov-on-Don, 2017. No 4. P. 64–78.

10. Tuguskina G.N. Human capital: development management // News of higher educational institutions. Volga region. Economic sciences. Penza, 2016. No 1 (4). P. 51–58.

11. Мау В., Улюкаев А. Глобальный кризис и тенденции экономического развития // Вопросы экономики. No 11. С. 4–24.

© Жохова А.А., 2021

УДК 330.8

## ИСТОРИЧЕСКАЯ ЭВОЛЮЦИЯ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ПРОФЕССИИ

Кирилева Я.А., Журавлева Е.П.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский Федеральный университет», Ставрополь*

В статье приведены результаты исследования этапов развития профессии бухгалтера в мировой истории, изучена роль бухгалтерского учета на современном этапе развития экономики.

Прежде чем принять привычные современности стандарты, профессия бухгалтера прошла множество этапов исторической эволюции. Следует выделить 3 основных периода истории, в каждом из которых бухгалтерская профессия приобретала новые характеристики: Древний мир; Средние века; Новое время.

Первой профессией, отдаленно напоминающей бухгалтерскую и являющейся ее прототипом, можно считать работу писца, возникшую в Древнем Египте еще в середине IV тысячелетия до нашей эры.

Работа требовала не только навыков счетоводства и аналитических способностей, но и знаний инженерии, умения использовать различные методы математических расчетов. Обязанности древнеегипетского писца отличались от обязанностей современного бухгалтера. В основном в них входило определение размеров сооружений и площади помещений и участков, расчет расходов, произведенных на транспортировку материалов и других ресурсов [1]. Обязанности могли варьироваться в соответствии с более узкой классификацией писца и занимаемой должностью.

В хозяйстве Древнего Египта были распространены инвентарная и приходно-расходная формы учета. Главная роль отводилась учету сельскохозяйственных работ. Особенно четко были решены вопросы



организации учета труда по трем направлениям: учет персонала (по возрасту, категориям, рабочим партиям), рабочего времени и содержания рабочей силы. Важной составной частью учета стало определение затрат на производство.

Профессия считалась уважаемой, в основном ею занимались мужчины. На освоение навыков работы в данной области ученику требовалось 12 лет. Обучение начиналось с момента, когда ребенку исполнялось 5 лет и продолжалось и во время работы, так как выпускники, получившие достаточное количество знаний и окончившие школу счетоводства, работали под руководством более опытных писцов и квалифицированных счетоводов.

Стоит отметить, что писцы имели свою иерархию, на нижних позициях писцы работали секретарями, а на верхних занимали высокие государственные посты, оказывая влияние на политику.

Достоинствами профессии того времени можно считать универсальность работников, четко выстроенную иерархию и возможность карьерного роста, что давало писцам мотивацию.

К недостаткам же можно отнести частое несоответствие учетной информации реальному положению дел в хозяйстве, чрезмерную многозадачность работников, длительный период обучения.

В Древней Греции также существовала работа, напоминающая работу современного бухгалтера, она появилась в III тысячелетии до нашей эры. В отличие от Древнего Египта, в древнегреческом государстве профессия счетовода вовсе не была престижной, так как не востребовалась в обществе. Следует отметить, что важным условием при поступлении на должность была состоятельность работника, ведь он нес материальную ответственность, и в случае недостачи должен был покрыть ее из своих средств, в десятикратном размере.

Явным недостатком являлась неподготовленность кадров, к процессу обучения относились халатно, письму и счету учили родители, далее детей отдавали частным педагогам.

Таким образом, сопоставив исторические факты, можно сделать вывод, что в период Древнего мира бухучет существовал в зачаточной стадии, ведение учета было примитивным и не отличалось особой точностью, основной целью древних систем учета был контроль над деятельностью материально ответственных лиц, не существовало единого международного стандарта ведения учета. Бухгалтерская профессия того времени практически не имела ничего общего с современной за исключением письменного ведения учета.

В Средние века бухгалтерский учет приобрел особую значимость и актуальность, так как торговля начала развиваться бурными темпами. Сфера ведения бухгалтерского учета широко распространилась и проникла во





многие сферы общества. В связи с возникшей необходимостью появилась такая должность как аудитор – проверяющий счет.

Сформировались два вида бухгалтерии: простая и камеральная. При простой (коммерческой) бухгалтерии объектом учета было имущество, фиксировалось его движение, а доходы и расходы признавались следствием этого движения. Главной задачей камеральной бухгалтерии, в отличие от простой, являлся учет расходов и доходов денежных средств, а основным объектом учета был учет денег в кассе. Состояние и движение имущества рассматриваются как следствие выполнения бюджета. Камеральная бухгалтерия развивалась в государственном хозяйстве.

В средние века все факты хозяйственной жизни стали отражаться дважды, что придавало двойной записи символический характер. Все учетные объекты фиксировались в одном учетном измерителе, в качестве которого выступали деньги. Происхождение двойной записи, к сожалению, не установлено до сих пор.

Средневековье имело большое значение для развития бухгалтерской профессии, так как в этот период появилась двойная запись и бухгалтерский баланс, которыми пользуются современные бухгалтеры. Также сохранилась камеральная бухгалтерия, хоть и претерпела большие изменения.

В период Нового времени было принято множество нововведений, повлиявших на бухгалтерский учет и бухгалтерскую профессию в целом:

появление Кодекса этики профессиональных бухгалтеров, утвержденного Международной федерацией бухгалтеров [2];

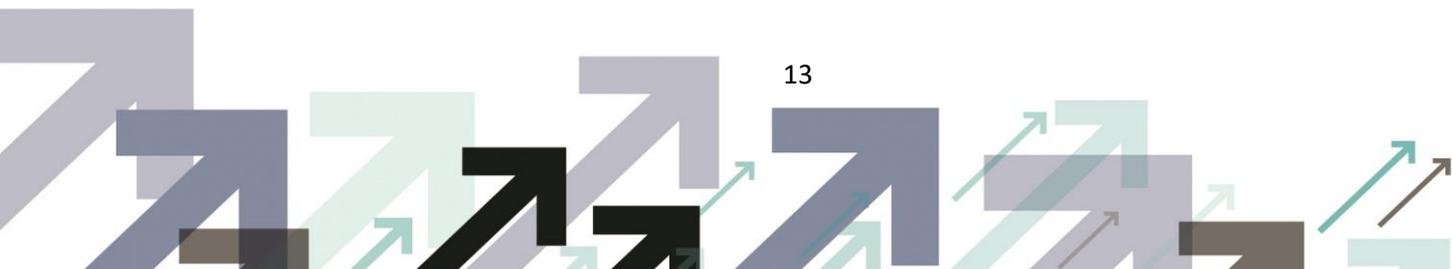
первый технологический сдвиг, связанный с изобретением компьютеров. До 1980-х годов бухгалтерский учет велся только на бумажном носителе. С помощью программного обеспечения управлять бухгалтерским учетом стало проще и эффективнее. Но до сих пор аналоговый способ учета является не маловажной частью многих компаний [3];

второй технологический сдвиг связан с цифровизацией. В 2015 г. была запущена электронная социальная система, цифровая бухгалтерская система налоговых, социальных гарантий и трудовых обязательств;

в 2014 году утвержден первый профессиональный стандарт для бухгалтера. Профессиональный стандарт – это характеристика квалификации, которая необходима работнику для выполнения определенного вида профессиональной деятельности.

С течением времени, менялись не только обязанности бухгалтера, но и функции бухгалтерского учета. Согласно табл. 1, существует четыре основные функции современного бухгалтерского учета.

На современном этапе бухгалтерская профессия характеризуется следующими чертами:





ведение бухгалтерского учета возможно дистанционно, с применением электронного документооборота;

бухгалтер начинает отражать не только то, что уже свершилось в коммерческой и хозяйственной деятельности, но и будущие события;

оцифрованный процесс бухгалтерского учета, передающий финансовую информацию с помощью цифровых методов и инструментов.

Таблица 1 – Функции бухгалтерского учета [4, с. 11]

Наименование функции	Содержание функции
Контрольная	Предполагает сохранность имущества, обеспечение контроля над правильностью расчета.
Информационная	Бухгалтерский учет является источником информации для последующего планирования, прогнозирования посредством балансового метода.
Аналитическая	Бухгалтерский учет служит инструментом анализа хозяйственной деятельности объекта и его состояния.
Функция обратной связи	Включает сопоставление фактических данных со сметой, планом и выявление отклонений, резервов роста эффективности деятельности.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что зачатки бухгалтерии появились с возникновением первых государств, с тех пор бухгалтерская профессия прошла длительную эволюцию, на каждом этапе все более совершенствуясь вместе с развитием мировой экономической системы и общества в целом.

#### **Список использованных источников:**

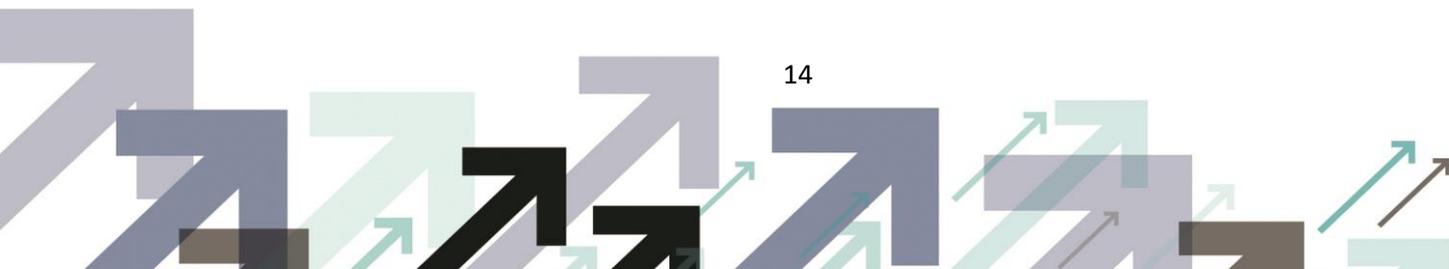
1. Джон А. Уилсон. Культура Древнего Египта. Материальное и духовное наследие народов долины Нила. Перевод, ЗАО «Центрполиграф» 2017. – 11с.

2. Свешникова О. Н., Начаркин В. В. Современный статус бухгалтера // Молодой ученый. - 2014. -№9. - С. 316-319. –

3. Еременко В.А. Влияние цифровизации на бухгалтерский учет// Электронный научный журнал «Вектор экономики» - 2019. - №4

4. Касаева, Т. В. Теоретические основы бухгалтерского учета : конспект лекций / Т. В. Касаева, Ж. А. Коваленко. – Витебск : УО «ВГТУ», 2018. – 105 с.

© Кирилева Я.А., Журавлева Е.П., 2021





УДК 334.7

## ФОРМЫ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ И ИХ РАЗВИТИЕ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ РФ

Мелтонян К.А., Шальмиева Д.Б.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В статье изучены теоретические основы интеграции, формы интеграционных объединений, их преимущества, недостатки, а также их развитие в условиях современной России.

С экономической точки зрения «интеграция» – это объединение экономических субъектов, как на уровне местных, региональных компаний, так и между национальными хозяйствами целых стран, направленное на углубление производственно-технологических связей, совместное использование ресурсов, а также создание благоприятных условий осуществления экономической деятельности. Возникновение интеграционных процессов неразрывно связано с появлением рыночной экономики. Гарантией существования и дальнейшего развития экономических субъектов в условиях постоянно изменяющейся экономической среды является сотрудничество, а также различные формы интеграционных объединений [1].

С течением времени в мировой практике под влиянием внешних и внутренних факторов, таких как, изменение организационно-правовых норм, конкурентной среды, законодательства, сложилось многообразие организационных форм интеграции. В связи с неизбежными адаптационными процессами экстрагируют следующие интеграционные формы:

1. Концерн. Концерн представляет собой управляемое из единого центра объединение обособленных предприятий, сопряженных как финансово, так и технологически: они имеют общий капитал, общие интересы, а также принимают участие в общих проектах. Различают горизонтальный (объединяющий предприятия одной отрасли) и вертикальный (формирующий полный производственный цикл объединенных предприятий) концерны. Данной форме свойственна централизация производственной деятельности и единая система участия в капитале. Предприятия в составе концерна имеют юридический статус и являются подразделениями головной компании. Транснациональные компании являются примером данной формы интеграции на международном уровне.



2. Консорциум. Консорциум является временным объединением хозяйственно обособленных предприятий. Зачастую данная форма интеграции используется для высококачественного осуществления совместных капиталоемких проектов. Различают консорциумы закрытого (контракт с каждым участником в отдельности) и открытого (коллективная ответственность по обязательствам, выраженная в долях) типа [2].

3. Конгломерат. Конгломерат – это форма интеграционного слияния под единым руководством нескольких мелких и средних предприятий различных сфер деятельности, не имеющих сбытовых, производственных и других функциональных взаимосвязей.

4. Картель. Под картелем в современной экономической науке понимается, чаще всего, неформальное соглашение между компаниями о фиксации цен на товары, разделении сфер влияния предприятий, об общих условиях сбыта продукции, найме сотрудников, регулировании производственных мощностей. Данная форма интеграции сохраняет за компаниями их производственную, финансовую и юридическую самостоятельность. В большинстве стран картели запрещены и попадают под сферу влияния антимонопольного законодательства.

5. Пул. Пул является временным объединением компаний, при котором прибыль всех участников поступает в общий фонд, а затем распределяется между ними согласно заранее установленным договоренностям. Различают следующие виды пулов: биржевый, конкретный, патентный, торговый.

6. Трест. Трест – это форма интеграционного объединения, при которой участники теряют свою производственную, финансовую и, как правило, юридическую самостоятельность. Наибольшее развитие тресты получили в отраслях, производящих однородную продукцию.

7. Синдикат. Синдикат представляет собой форму интеграции, при которой компании производят однородную продукцию, а вошедшие участники теряют коммерческую сбытовую самостоятельность, однако сохраняют производственную и юридическую. Синдикату свойственна монополизация закупки сырья и сбыта продукции [3].

8. Финансово-промышленная группа. Финансово-промышленная группа – это слияние промышленных предприятий и финансовых учреждений, основанное на дальнейшем установлении между ними финансовых и экономических связей, или объединение промышленных предприятий под единым финансовым руководством.

9. Холдинг. Холдингом является форма объединения, при которой несколько более мелких предприятий находятся в подчинении у одной материнской компании. При этом головная компания владеет основным пакетом акций. Холдинг, состоящий из технологически взаимосвязанных



компаний, называют концерном, конгломерат же – это холдинг, состоящий из технологически разнородных предприятий.

10. Бизнес-группа. Бизнес-группа – это сообщество компаний, основанное на формальных юридических и неимущественных аффилированных отношениях, целью создания которого является реализация экономических, политических и иных интересов его собственников.

11. Ассоциация. Ассоциацией называется добровольное объединение юридических или физических лиц для достижения, как правило, общих некоммерческих целей. Целью данной формы взаимопомощи экономических субъектов не является извлечение прибыли [4].

12. Стратегический альянс. Стратегический альянс – это объединение независимых предприятий для достижения определенных целей и дальнейшего синергетического эффекта, а также для получения взаимодополняющих стратегически важных ресурсов предприятий, не приводящее к слиянию или поглощению.

Рассмотренные интеграционные формы возникали и совершенствовались естественным путем, тесно коррелируя с изменениями в рыночной экономике. Некоторые из форм имели негативный окрас, так как расценивались в контексте монополистических объединений, главной задачей которых было усиление рыночной власти участников. В процессе эволюции рыночной экономики неизбежно устаревали одни формы интеграции, и становились успешными другие [5].

Свое развитие интеграционные объединения получили еще во времена царской России. Полномасштабная индустриализация способствовала научному и экономическому подъему, вследствие чего сформировались первые концерны, сосредоточенные в металлургической, промышленной и нефтяной индустриях. В современной Российской Федерации функционирует множество различных форм интеграционных объединений. Еще в 1991 году был основан российский финансовый конгломерат ПАО «Сбербанк России». На данный момент правительство Российской Федерации владеет наибольшей долей акций компании, другая часть находится в публичном обращении. Компания ОАО «Лукойл» представляет собой крупномасштабную финансово-промышленную группу и добывает 16,6% нефти в России. Крупнейшим российским нефтехимическим и газоперерабатывающим холдингом является «Сибур Холдинг», бизнес-модель которого ориентирована на интегрированную работу двух основных сегментов компании [6].

Получившие значительное развитие в Российской Федерации формы интеграционных объединений имеют как свои преимущества, так и недостатки. С одной стороны их созданию сопутствуют выгодные условия сотрудничества, некоторая экономия на масштабах производства, а также



помощь более мелким предприятиям. С другой стороны, интеграционные объединения могут привести к концентрации экономической мощи в руках одного хозяйствующего субъекта, что неблагоприятно скажется на состоянии всей экономики в целом. Несмотря на возникающие сомнения, формы интеграционных объединений широко распространены по всему миру и используются для повышения эффективности хозяйственной деятельности, укрепления управленческого аппарата, а также для усиления конкурентоспособности отечественных производителей на мировом рынке.

**Список использованных источников:**

1. Прохоров А.М. Большой энциклопедический словарь. Москва, 1991 г. с.863
2. <https://www.cfin.ru/press/management/1999-6/13.shtml>
3. Айдарханов М. Основы экономической теории. Учебник. Москва 2017 г. 235 с.
4. Ивашковский С. Н. Экономика для менеджеров. Микро- и макроуровень. Учебное пособие. Москва 2019 г. 408 с.
5. Костюнина Г.М. Интеграционные объединения мира. Учебник. Москва, 2008 г. с.3
6. Костюнина Г.М. Интеграционные объединения мира. Учебник. Москва, 2008 г. с. 38-40

© Мелтоян К.А., Шальмева Д.Б., 2021

УДК 330.101.22

**ОГРАНИЧЕННОСТЬ МЕХАНИЗМА СТИМУЛИРОВАНИЯ СПРОСА  
В РАМКАХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Пантюхин Е.А.

*Автономная некоммерческая организация высшего образования «Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт), Москва*

Данная работа рассматривает механизм стимулирования спроса в современной экономической системе. Для понимания механизмов стимулирования спроса разбираются инструменты, за счет которых осуществляется рост экономики. Анализ макроэкономической статистики США позволяет сделать вывод о том, что эти механизмы являются ограниченными в своем применении. Дальнейшее продолжение применения таких инструментов как: кредитование, прямые выплаты населению и эмиссия, могут оказать негативное влияние на всю экономическую систему. Экстенсивный путь развития, на котором основана мировая экономическая и социальная система исчерпал свои возможности.

Стимулирование и увеличение спроса, является основным движущим механизмом экономического роста, который характеризует современную экономическую модель, встроенную в рамки мировой социальной системы





капитализма. В свою очередь, капитализм – это сложная социальная система, которая может развиваться только экстенсивным путем, в условиях постоянно растущего спроса и экспроприации альтернативных систем – периферии. В рамках глобализации не осталось ни одной страны, которая не была бы встроена в общую мировую капиталистическую систему и не действовала с принципами этой экономической модели. При отсутствии альтернативных систем и новых рынков, которые позволяют увеличивать норму прибыли, в рамках этой модели возникают внутренние противоречия между капиталом, государством и социальной сферой, что в свою очередь ведет к увеличению социального неравенства, концентрации капитала в руках малых групп, падению темпов экономического роста, финансовым кризисам, а также более жёстким способам перераспределения капитала. Также, потеря этих двух основных механизмов роста приводит всю систему в состояние глубокого кризиса, выход из которого представляется крайне сложной задачей, с учетом того, что альтернативные экономические школы имеют крайне низкое влияние в мировой науке.

Современная экономическая теория «Экономикс» выстроена в приоритете микроэкономики. Соответственно, в понимании данной теории спрос является ключевым фактором роста и развития экономики. Если не хватает спроса, который обеспечивает экономический рост, то его можно легко простимулировать за счет кредитов или «вертолетных денег». Политэкономия, в свою очередь, исходит из воспроизводственного принципа, то есть, только созданные товары и услуги на предыдущем цикле могут быть распределены между населением. В свою очередь, деньги являются инструментом этого перераспределения. В условиях нехватки ликвидности часть экономики работает напрасно, что в будущем ведет к ее упадку, а с другой стороны, переизбыток денежной массы ведет к ее девальвации. Скорее всего, можно полагать, что инструмент стимулирования спроса является ограниченным в своем применении. Это непосредственно связано с ограниченностью производственных мощностей, которые рано или поздно выходят на свои предельные значения. Продолжение стимулирования спроса, то есть кредитования и раздачи денег, в условиях полной загруженности мощностей, приведет только к инфляционному перераспределению произведенной продукции и услуг. В свою очередь, инфляционные процессы окажут еще более негативное влияние на экономику и усилят экономический спад, а также приведут к еще более сильному социальному неравенству среди населения. На сегодняшний день увеличить потенциальную мощность мировой системы разделения труда представляется крайне сложным процессом. Для того, чтобы обеспечить спрос, необходимо создать инфраструктуру: производственную, торговую и т.д. Любая инфраструктура требует больших затрат, а в условиях искусственно завышенного спроса она



становится не только дорогой в обслуживании, но и в создании, поскольку вся выгода от дополнительного спроса пойдет на ее обеспечение. Например, в Китае стоят огромные пустующие города. Строительство позволяет запустить большое количество отраслей в экономике, а также создать рабочие места. Китайское правительство не может допустить высокий уровень безработицы, ввиду большого количества населения, что в свою очередь может привести к социальным потрясениям. В связи с этим, строительство подобных городов решает данную проблему. Но если в стране начинается экономический спад, то поддержание убыточных автомагистралей и подобных городов становится крайне невыгодным для правительства.

Для подтверждения выдвинутых ранее тезисов проводился анализ основной макроэкономической статистики США. Первый показатель, который рассматривался автором – это распределение доли владения капитала США по группам в относительных значениях. Сравнение показателей владения капиталом по группам в США, начиная с 2002 по 2020 гг., отчетливо показывает уменьшение доли среднего класса с 21,4% до 11,1% [1]. Эти данные подтверждают выдвинутый ранее тезис о том, что в условиях невозможности дальнейшего расширения, капиталистическая система и ее экономическая модель начинают испытывать внутренние противоречия между капиталом и социальной сферой, одно из них это увеличение социального неравенства среди населения.

Следующим элементом анализа является эффективность такого инструмента как наращивание долга правительством США. Современная экономика США во много обязана выстраиванию денежно-кредитной политике, которая началась с начала 1980-х годов и известна как «рейганомика». Данные отчетливо показывают снижение эффективности стимулирования экономики Соединенных Штатов с момента начала «рейганомики» за счет инструмента увеличения долга. На данный момент, чтобы создать дополнительный 1 доллар в экономике, правительству необходимо вкладывать 1,5 [2]. Основным принципом «рейганомики» является постоянное увеличение стимулирования спроса за счет кредитования населения. Но текущая ситуация сильно отличается от 80-х годов прошлого века. Начиная с 2008 года, уровень долговых обязательств домохозяйств по отношению к ВВП упал с 99,8% до 79,36% в 3 кв. 2020 года [3]. После «Великой рецессии» способность 90% населения обслуживать и рефинансировать собственный долг существенно снизилась. Можно полагать, что главный механизм, который использовало правительство США для создания дополнительного спроса, а именно кредитование населения, перестал работать.

Следующий механизм, который позволяет поддерживать и увеличивать спрос населения – это прямая раздача денежных средств,



которая в свою очередь осуществляется за счет эмиссии национальной валюты, в данном случае доллара США. Начиная с 2008 года, чистые трансфертные выплаты государства по отношению к располагаемому доходу населения, стали положительными (рис. 1). Другими словами, чтобы стимулировать спрос, государство напрямую стало финансировать население из федерального бюджета. Это непосредственно связано с неспособностью дальнейшего увеличения кредитного плеча у домохозяйств. Исторически сложилось так, что государство всегда забирало больше, чем отдавало. После ипотечного кризиса бюджетная политика США вошла в новую парадигму. В этой новой парадигме весь избыточный спрос и наращивание капитала субсидируется за счет государства. Благодаря такой политике дефицит бюджета и государственный долг США резко устремились вверх, начиная с 2008 года.



Рисунок 1 – Доля чистых государственных трансфертов в располагаемых доходах населения США, %

До Covid-19 в феврале 2020 общие трансфертные платежи правительства США, включая государственные и местные, составляли 3,165 триллиона долларов в год или около 265 миллиардов долларов в месяц. Однако, этот ежемесячный показатель в апреле 2020 г. вырос на 107% до 546 миллиардов долларов. В целом общая сумма дополнительных трансфертов со стороны государства составила 1 трлн. 450 млрд. долларов [4]. В феврале 2020 валовые выплаты по заработным платам в годовом исчислении составляли 9,659 трлн. долларов, это эквивалентно 805 млрд. долларов в месяц [5]. Общая сумма потерь заработной платы в 2020 году составила 318,56 млрд. долларов. Таким образом, совокупный дефицит по сравнению с февралем 2020 г. составил  $(9659,3 / 9340,74 - 1)100\% = -3,3\%$ . Подавляющая часть этих 318,56 млрд. долларов потерь заработной платы пришлось на низкооплачиваемых и частично занятых работников социальных секторов экономики: бары, рестораны, тренажерные залы, отели, кинотеатры, стадионы и пр.

Следующий показатель для анализа – ВВП США. ВВП, несмотря на его недостатки, является наиболее полным показателем экономической активности. Суммарная потеря ВВП после февраля 2020 г. составила около -3,74%. Правительство США приняло 5 пакетов стимулирующей помощи





экономики в общем размере 5 трлн. 960 млрд. долларов. Расчеты показывают, что реально выпавшие доходы по заработной плате на конец 2020 года составили \$318,56 млрд. В свою очередь, за счет государственных социальных выплат, население получило порядка \$1 трлн. 450 млрд. Это примерно в 5 раз больше той цифры, которая была потеряна. Даже если полагать, что указанные выше общие потери в заработной плате занижают экономический ущерб, нельзя отрицать масштабное излишнее финансирование в виде стимулирующих выплат. Если анализировать падение ВВП, то в абсолютных значениях эта цифра равна -812,54 млрд. \$ по итогам года [6]. Оценить эффект от стимулирования достаточно сложно, но если сравнивать с падением ВВП и квартальное изменение в -2,2 трлн. \$ во 2 кв. 2020 г., то суммарно все пакеты помощи были в 2-3 раза больше реальных потерь экономики. Для того, чтобы оценить эффект «вертолетных денег», нужно посмотреть на рисунок, который представлен ниже (рис. 2).

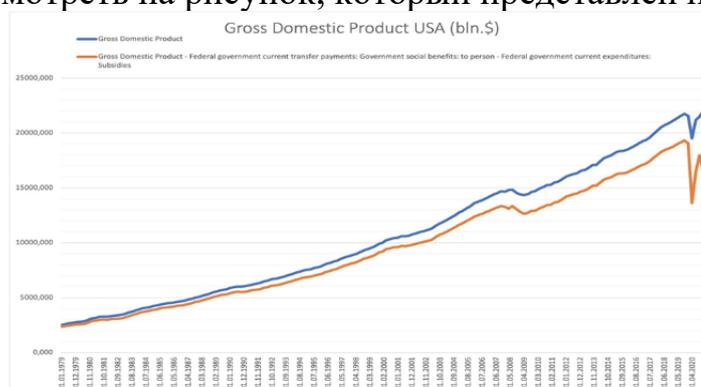


Рисунок 2 – ВВП США, млрд. \$

Данные позволяют оценить реальные потери экономики США, в том случае, если бы правительство отказалось от идеи раздачи денежных средств населению и стимулирования предприятий по средствам субсидий. Оранжевая линия представляет собой ВВП США за вычетом трансфертных платежей населению и субсидий предприятиям, которая находится на уровне примерно в 16,5 трлн. \$, что гораздо ниже значений текущего показателя в 22 трлн. \$. Эта статистика позволяет подтвердить тезис о том, что капитал больше не может нормально воспроизводиться в текущих условиях. Дальнейший рост экономики напрямую будет зависеть от стимулирующих механизмов. В противном случае, если механизмы стимулирования перестанут работать, то это приведет к падению ВВП США до равновесных значений, что по графику примерно составляет -30% от текущих уровней.

Следующим этапом был анализ инфляционных рисков, которые могут возникнуть в результате текущей денежно-кредитной политики. Существует несколько факторов, которые сдерживают инфляционные процессы. Огромное количество денежной массы поступает на финансовые рынки, за счет чего там происходит инфляция активов, другими словами,



образуются пузыри. В отличие от прошлых кризисов ликвидность поступает не только в финансовый сектор, но и распределяется через государственные субсидии для населения, компенсируя выпавшие доходы. Из-за риска потери работы, у населения присутствует высокая склонность к сбережению. Но, с другой стороны, это создает огромный отложенный спрос в будущем. Помимо субсидий, у населения остается большой нераспределенный денежный поток, который раньше шел на услуги, в данный момент недоступные: туризм, развлечения и т.д. Избыток производственных мощностей ослабляет растущий спрос на товары. Наиболее уязвимой областью будет сфера услуг, которая в данный момент не функционирует на полную мощность в связи с ковид-ограничениями.

Основной базой для инфляционных процессов послужит беспрецедентный объем сбережений, который напрямую коррелирует со стимулирующими выплатами и денежно-кредитной политикой США. Из-за стимулирующих выплат, которые демотивируют население по отношению к работе, особенно это связано с низкоквалифицированными профессиями, нагрузка на производственные мощности может оказаться колоссальной. Это может привести к нехватке определенных товаров и услуг. При текущих технологиях решить проблему масштабирования товаров частично возможно, но существенно увеличить количество услуг представляется крайне сложной задачей. Резкое увеличение скорости обращения денег и падение предложения товаров и услуг нанесут непоправимый ущерб для всей экономики.

Анализируя макроэкономическую статистику США, можно сделать вывод о том, что представленный тезис о том, что стимулирование спроса является ограниченным в своем применении механизмом, который не может давать устойчивого развития всей экономической системе. Основные средства, за счет которых увеличивался спрос, а именно: кредитование населения, раздача прямых выплат и расширение рынков сбыта, перестают работать. Дальнейшая раздача «вертолетных денег» приведет только к инфляционному перераспределению товаров и услуг, поскольку темпы роста производственных мощностей непропорциональны увеличению денежной массы. Продолжение кредитования населения существенно усилит социальное неравенство, поскольку в условиях падения реальных располагаемых доходов домохозяйств, большая часть этих средств будет направляться на обслуживание собственного долга. Выходом из текущей ситуации может быть пересмотр основных принципов экономической модели, по которым развивается современная экономика. Переход от экстенсивного пути развития к интенсивному может оказать положительное влияние на дальнейшее развитие общества.



### Список использованных источников:

1. Distribution of Household Wealth in the U.S. since 1989 // Board of Governors of the Federal Reserve System : [сайт]. URL: <https://clck.ru/TuWxA> (дата обращения – 21.04.2021).

2. U.S. Department of the Treasury. Fiscal Service, Federal Debt: Total Public Debt [GFDEBTN], // Federal Reserve Bank of St. Louis : [сайт]. URL: <https://fred.stlouisfed.org/series/GFDEBTN>

3. International Monetary Fund, Household Debt to GDP for United States [HDTGPDUSQ163N] // Federal Reserve Bank of St. Louis; [сайт]. URL: <https://fred.stlouisfed.org/series/HDTGPDUSQ163N> (дата обращения - 21.04.2021)

4. U.S. Bureau of Economic Analysis, Personal current transfer receipts: Government social benefits to persons [A063RC1] // Federal Reserve Bank of St. Louis : [сайт]. URL: <https://fred.stlouisfed.org/series/A063RC1> (дата обращения - 22.04.2021)

5. U.S. Bureau of Economic Analysis, Compensation of Employees, Received: Wage and Salary Disbursements [A576RC1] // Federal Reserve Bank of St. Louis: [сайт]. URL: <https://fred.stlouisfed.org/series/A576RC1> (дата обращения - 22.04.2021)

6. U.S. Bureau of Economic Analysis, Gross Domestic Product [GDP] // Federal Reserve Bank of St. Louis: [сайт]. URL: <https://fred.stlouisfed.org/series/GDP> (дата обращения - 23.04.2021)

7. U.S. Bureau of Economic Analysis, Personal Saving Rate [PSAVERT] // Federal Reserve Bank of St. Louis: [сайт]. URL: <https://fred.stlouisfed.org/series/PSAVERT> (дата обращения - 23.04.2021)

© Пантюхин Е.А., 2021

УДК 657.1.011.56

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ, ЮРИДИЧЕСКАЯ И БАЛАНСОВАЯ ТЕОРИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА

Филиппова Т.К.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский Федеральный университет», Ставрополь*

В бухгалтерском учете, как и в других науках, взгляды на изучаемые категории разные. Соответственно определяются разные научные направления. Для улучшения практики бухгалтерского учета важную роль играет развитие теории бухгалтерского учета. Теория бухгалтерского учета – это экономическая наука, которая по содержанию неразрывно связана с другими социально-экономическими дисциплинами. Так, в зависимости от пояснения правил представления хозяйственных операций в бухгалтерской



отчетности теоретические построения различных авторов делятся на юридическую, экономическую и балансовую теории баланса [1].

Содержание юридической теории счетоводства сводилась к изменению прав и обязанностей участников, занимающихся хозяйственными процессами. С позиции юридической точки зрения цель бухгалтерского учета – контролировать деятельность экономических единиц: собственника, администратора, представителя (людей, работающих в компании), корреспондентов (людей, с помощью которых компания проводит сравнения). Поскольку контролировать права обязанности разрешается только с помощью документов, предметом учета являются не сами ценности, а информация о них. Так как лица, ответственные за значения, присвоенные им в продажных ценах, должны быть привлечены к ответственности, такая оценка считается правильной. Природа двойной записи проистекает из постоянного возникновения прав для одних людей и возмещения ущерба для других. Таким образом, баланс был определен как таблица, в активах которой показаны собственники материальных активов, а в пассиве – собственники компании.

Юридические теории подверглись суровой критике в 20 веке. Профессор И.Ф. Шрот указал, что базового правила теории множественных счетов недостаточно для всех экономических процессов. Однако Шер отвергает важность этих теорий, поскольку они объясняют правила двойной записи чисто механически и вообще не понимают научных основ бухгалтерского учета. Однако следует отметить неопределимые заслуги авторов этих теорий перед бухгалтерией. Это были первые попытки выявить и фундаментально поддержать закон двойственности деловых операций и метод двойной записи.

Представителями, которые внесли большой вклад в развитие юридической теории являются Л. Дикси, Д. Черноби, И. Ванье, К. Одерман, Й. Ульман и др.

Пик экономического направления в теории счетоведения приходится на конец 19-20 века. Целью бухгалтерского учета является определение эффективности хозяйственных процессов, т.е. взаимосвязи между выгодами и затратами (результат от хозяйственной деятельности в форме прибыли или убытка). Главное правило регистрации на счетах построено на понятиях доходов и расходов: то, что пришло, записывается как дебет, то, что ушло, зачисляется на кредит. Закон двойственности основан на концепции обмена.

Критики экономической теории, в основном это сторонники балансовой теории, выделяли ее существенные недочёты. Так, не все операции можно свести к мене, например, лишение товара из-за какого-либо стихийного бедствия. Отсюда следует, что объяснение записи исходя из точки зрения мены не считается идеальным. Тем не менее экономические теории для своего времени были более улучшенными, чем юридические, и



в основном им не противоречили. Действительно, в основе гражданского законодательства лежат меновые акты, поэтому все факты экономической жизни должны быть объяснены их договорным характером, возникающим в результате обмена ценностями.

В развитие экономических теорий бухгалтерского учета огромный вклад внесли Н.А. Блатов, Е.Е. Сиверс, Ф. Рей, Л. Гомберг, Ч. Гаррисон и др. [2].

В основном балансовую теорию бухгалтерского учёта создавали прежде всего учёные в странах германоязычной Европы и российские авторы. Наивысшая степень развития этой теории приходится на первую половину 20 в. Когда юридические и экономические школы раскрывают бухгалтерский учет, основанный на юриспруденции и политэкономии, сторонники балансовой теории полагаются на саму бухгалтерию. Школа баланса имеет большие заслуги в области развития компьютерных технологий, создании форм учётных карточек, исключении из учета хронологической записи (журнала), распространении статистических и математических методов, унификации плана счетов.

Представители балансовой теории придавали большое значение исследованию баланса и упрощению его структуры. Сторонники теории баланса полагали, что счета логически уходят из баланса, а не наоборот. Следовательно, счета необходимы для точного и полного определения изменений отдельных статей баланса. Все хозяйственные операции могут быть представлены в виде диаграмм, которые позволяют определить их влияние на статьи баланса, принимая знак «+» для увеличения и знак «-» для уменьшения. Отсюда вытекает закон двойственности, т.е. каждая операция обладает двойственной природой, так как приводит к двойному изменению баланса и таким образом, что главный признак баланса – равенство сумм его активов и пассивов – остается стабильным. Правило регистрации на счетах будет результатом равного баланса. Как и в балансе, в левой части счета (по дебету) указывается увеличение активных статей и уменьшение пассивов в балансе, в правой части счета (по кредиту) – увеличение пассивов и уменьшение в активных элементах.

Однако критики также раскрыли недостатки в балансовой теории. В основном они указали сомнения в правильности отождествления пассивных частей собственности с отрицательными. Вероятно, такое понимание природы пассивных частей собственности было вызвано желанием объединить активные и пассивные счета в единую серию счетов собственности, что привело к эквивалентности.

В связи с этим первое из этих изменений было записано на дебетовой стороне счета, а второе – на кредитовой стороне. Таким образом, для эффективного достижения тех же результатов достаточно уменьшить пассивы и наоборот. Такое уравнивание совершенно разных изменений



содержания, приводя к одному и тому же арифметическому результату, несомненно, подрывает авторитет некоторых балансовых теорий. Еще более сомнительной является классификация счета операций с капиталом как статических счетов. Путем объединения счета капитала с активными и пассивными счетами создается ситуация, при которой счет капитала делится на две группы счетов: первоначальный счет капитала, принадлежащий серии статических счетов и поэтому приобретает отрицательное значение счета, и счет прибылей и убытков, поддерживающий положительное значение, что абсурдно с точки зрения экономического содержания понятия «капитал».

В развитие теории балансовых школ внесли свой вклад такие учёные, как Н.С. Лунский, М. Берлинер, Л. Кольман, В. Крекнит, А.М. Галаган [3].

В заключение отметим, что именно во второй половине XIX – начале XX вв. теория бухгалтерского учета окончательно выделилась. Наука начинается с критики мифов, пытается объяснить определенные явления хозяйственной жизни. Первые исследователи бухгалтерского учета показали недостаточность используемых форм, они первыми начали строить бухгалтерские категории, понимать функции бухгалтерского учета и думать о его эффективности. Новая методика и начало использования компьютерных устройств в офисах позволили бухгалтерии выйти в XX совершенно в другом качестве.

#### **Список использованных источников:**

1. Кришалович Е.Г. Бухгалтерский учет как наука (эволюция бухучета) // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2014/02/3687>
2. Заббарова О.А. Балансоведение: учебное пособие, 2017. – 360с.
3. Стражев В.И. Теоретические основы бухгалтерского учёта и анализа: учебник / В.И. Стражей [и др.]; под общ. Ред. В.И. Стражева. – Минск : Вышэйшая школа, 2016. – 319 с.

© Филиппова Т.К., 2021

### **УДК 658.3**

## **ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ДЛЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ**

Шаматрина А.Н.

*Государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
Ленинградской области  
«Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина»,  
Санкт-Петербург, г. Пушкин*

Управление, как деятельность человека, исторически сформировалось как средство для достижения определенных целей при объединении людей,





ещё в древности стали формироваться мысли об управлении людьми в процессе как социальных, так и трудовых отношений. Множество ученых и философов, среди которых Сократ, Платон, Ксенофонт, Аристотель, Н. Макиавелли, Т. Гобс, К. Маркс и другие так или иначе писали о проблемах, способах и методах управления человеческими ресурсами, но управление как научная теория сформировалась лишь в XIX веке, а теория управления человеческими ресурсами – еще позже – в конце XX века.

В Древнем Египте, жрецы и цари писали труды, под названием «Поучения». Одним из них является «Поучение гераклепольского царя своему сыну», в котором шла речь об организации управления в государстве, структуре и способах управления, например, о необходимости учета и мотивации персонала. Строительство пирамид и орошение огромных площадей в Древнем Египте являются великолепным примером эффективного управления человеческими ресурсами.

В периоде Античности философы огромное значение придавали вопросам организации управления, а так же тем качествам, которые должны были быть присущи лидерам для управления государством и обществом. Например, Сократ говорил о необходимости знаний и опыта для управления, Ксенофонт – о важности подбора, обучения и мотивации персонала, а так же необходимости его контроля, Демокрит – о пользе отдыха, Аристотель – о разделении труда, а агрономы Ю. Колумелла и Варрон – о мотивации и эффективной организации труда.

Одно из самых значимых произведений эпохи Возрождения – «Государь» Н. Макиавелли также включает в себя рассуждения о довольно многих вопросах управления. В частности, он писал о постановке целей, их достижения, построения структуры органов управления, о важности мотивации и вознаграждения персонала, обозначил, что подбор персонала имеет огромное значение для эффективного управления. «Немалую важность имеет для государя выбор советников, а каковы они будут, хороши или плохи, – зависит от благоразумия государей. Об уме правителя первым делом судят по тому, каких людей он к себе приближает; если это люди преданные и способные, то можно всегда быть уверенным в его мудрости, ибо он умел распознать их способности и удержать преданность. Если же они не таковы, то и о государе заключат соответственно, ибо первую оплошность он уже совершил, выбрав плохих помощников.» [1, с. 123-124].

Н. Макиавелли говорил об огромном значении достижения именно государственных целей, но указанные в его работе принципы управления и определённые выводы сейчас используются не только в политологии, но и в менеджменте, маркетинге, в психологии. Так же К. Маркс в своих работах писал о мотивации и результативности труда.

Но все эти мыслители и ученые только интересовались некоторыми аспектами управления человеческими ресурсами. Сама концепция



управления человеческими ресурсами еще не была определена, исторически, при увеличении объемов именно промышленного производства, возникла потребность в изучении и эффективном использовании человеческих ресурсов, стало необходимым вести отношения с работниками предприятий. Так впервые стали возникать определенные должности на предприятиях для ведения и организацию трудовых отношений с работниками. «На родине индустриального производства – в Англии их называли Секретарями благополучия, в США и во Франции – Общественными секретарями. Основные функции первых специалистов по управлению человеческими ресурсами сводились к устройству школ и больниц для рабочих, контролю за условиями труда, противостоянию попыткам создавать профессиональные союзы.» [2].

Именно тогда стали возникать первые научные работы по управлению работниками на производстве, именно их мы сейчас относим к так называемой «Школе научного управления». Одним из основных трудов данной школы можно считать «Принципы научного управления» Ф. Тейлора, изданный в 1911 г. В этой работе определялась не только теория управления фирмой вообще, но и определялись отдельные вопросы управления человеческими ресурсами. А вот практические методы научного управления были апробированы Г. Фордом на своем производстве.

В данной теории была определена эффективность разделения труда и необходимость проведения экспериментов. Все это положило начало для дальнейшего развития концепции управления человеческими ресурсами. Но вскоре оказалось, что разделение труда и его нормирование не уменьшает количество трудовых конфликтов. В начале XIX века в г. Хоторн был проведен эксперимент Э. Мэйо и супругами Ротлисбергер. В этом эксперименте изучались различные факторы, которые, по мнению организаторов, могли влиять на производительность труда. Это были – наличие перерывов, условия рабочего места, психологический климат в группе работающих и т.д. В результате перемен различных условий в эксперименте было выявлено, что наиболее эффективно работали работники той групп, которая была сформирована с учетом симпатий сотрудников внутри неё. Так же именно в этом эксперименте было выявлено положительное влияние интервьюирования работников и что эффективность труда зависит от отношений, складывающихся в малых группах работающих. «Это исследование было первой попыткой изучения факторов, влияющих на производительность, и оно показало, что социальная среда оказывает на эффективность труда не меньшее, а порой и большее, влияние, чем физическая среда.» [3, с. 39].

Таким образом, Э. Мэйо создал так называемую «Теорию «человеческих отношений», которая имеет огромное значение для



дальнейшего развития в изучении управления человеческими ресурсами. Она же и привела к возникновению новых вопросов, уже более практического характера.

Во время II мировой войны произошел рост численности и расширение отделов кадров из-за необходимости повышения производительности труда, роста производства и переквалификации огромного числа рабочих. Это дало толчок к развитию именно математических моделей, используемых в анализе и расчете трудовых ресурсов и результатов деятельности. Но хотя математические модели в учете и нормировании кадров были достаточно действенны, в 50 гг. XX века снова возник интерес и потребность в школе «человеческих отношений». Происходит развитие данной теории, выявляются ее недостатки и достижения, продолжается ее развитие в концепцию управления человеческими ресурсами, возникают новые направления научных теорий и школ. Например, «бихевиористическая школа», имеющая практическую направленность и изучающая влияние на производительность работника отношений в коллективе. Одним из представителей данной школы является А. Маслоу, который особое внимание уделял изучению потребностей и мотивации. «В соответствии с учением Маслоу, если руководство проявляет большую заботу о своих работниках, то уровень их удовлетворенности будет возрастать, что в свою очередь будет способствовать росту производительности труда. Управление должно выявлять потребности работника и использовать соответствующие именно этим потребностям методы мотивирования.» [4, с. 220].

Для повышения эффективности управления производством возникает необходимость поиска новых решений и использования внутренних резервов [5, с. 44]. То есть происходит переопределение изучения именно психологии отношений и практики управления, возможности расширения потенциала работника и использования всего этого для повышения производительности.

«Научная категория «человеческие ресурсы», равно как и деятельность по управлению человеческими ресурсами возникли достаточно недавно – в конце XX века.» [6, с. 70].

В конце XX века повсеместно вопросы трудовых отношений регулируются государством, а в некоторых странах уже работники являются наиболее защищенной стороной данных отношений. Именно в 70 гг. XX века возникают такие термины как «Человеческие ресурсы» и «Управление человеческими ресурсами». М. Армстронг внес свое определение управления человеческими ресурсами. «Управление человеческими ресурсами (УЧР) можно определить как стратегический и логически последовательный подход к управлению наиболее ценным



активом предприятия: работающими там людьми, которые коллективно и индивидуально вносят вклад в решение задач предприятия.» [7, с. 35].

Следовательно, из всего исследованного мы можем обозначить следующие этапы развития теории управления человеческими ресурсами: изучение человека как средство производства; изучение человека как одну из сторон производства; изучение человека как цель производства.

Мы определили, что первыми, кто изучал управление человеческими ресурсами, были мыслители Древнего мира, но они хотя и изучали вопросы управления, но у них не было исследовано достаточно данных, не было потребности в этом, а также не сформировались определенные теории и школы. Таким образом, из вышеперечисленного следует, что на возникновение и дальнейшее развитие концепции управления человеческими ресурсами, наибольшее влияние произвёл стремительный рост объемов промышленного производства. А так же то, что многообразие форм и теорий в управлении человеческими ресурсами происходит от того, что условия для практического исследования не могут быть постоянными, и объект исследования данных теорий – человек и общество – весьма сложен.

#### **Список использованных источников:**

1. Макиавелли Н. Государь; Рассуждение о первой декаде Тита Ливия / Пер. с итал. Г. Муравьевой, Р. Хлодовского. - СПб. : Азбука-классика, 2004. - 288 с.
2. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации: учеб. пособие / С.В. Шекшня. – М.: ЗАО «Бизнес-школа», 2008. – 203 с. - URL: <http://uchebnik-online.com/126/343.html> (дата обращения: 14.02.2019).
3. Зайцев Г. Г. Управление человеческими ресурсами: учеб. Для студ. Учреждений высш. Проф. Образования / Г. Г. Зайцев, Г. В. Черкасская, М. Л. Бадхен. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 304 с.
4. Костенко Е. П. Теория прогрессивного управления А. Маслоу // TERRA ECONOMICUS. – 2012. - Том 10 (номер 1). - с. 218-222.
5. Ковальшин Р.В. Внутренний аудит как новый инструмент развития коммерческого предприятия в современных условиях // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: IX междунар. Науч.-практ. Конф.: сб. ст. – СПб., 2020. – С. 43-47
6. Шаматрина А.Н. К вопросу об оценке человеческих ресурсов // В сборнике: Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир. Материалы VIII международной научно-практической конференции аспирантов и студентов. Под ред. Н.М. Космачевой. 2019. С.69-72
7. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 10-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. К. Мордовина. – СПб.: Питер, 2009. – 848с.

© Шаматрина А.Н., 2021



УДК 311.311

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НЕКОТОРЫХ МЕТОДИК РАСЧЕТА ИНДЕКСА КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

Алейникова А.Б.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет», Самара*

В статье приведены результаты исследования и сравнения индексов качества жизни стран Евросоюза. В основу исследований легли статистические данные компании Numbeo и организации Economist Intelligence Unit.

В современном обществе людям важно поддерживать и оценивать свой уровень жизни. Для того чтобы осуществлять это, им необходимо обращаться к международным компаниям занимающимся изучением данной проблемы. Различные научные ассоциации, в свою очередь, выявляют показатели, от которых зависит качество жизни человека, и на их основе создают индексы.

Существует достаточно много различных показателей, характеризующих качество жизни, таких как: «Индекс человеческого развития» (ИЧР) (до 2013 года – «Индекс Развития Человеческого Потенциала» ИРЧП), рассчитываемый ООН ежегодно для межстранового сравнения и измерения уровня жизни [1]; «Индекс Измерения Качества Жизни», рассчитываемый Организацией экономического сотрудничества и развития; также «Индекс качества жизни, разработанный компанией «Economist Intelligence Unit» в далеком 2005 году и другие.

Для проведения дальнейших исследований, мы решили остановиться на двух одноименных показателях качества жизни.

На сайте одной из крупнейших в мире баз данных Numbeo публикуется «Quality of Life Index by Country» «Индекс качества жизни по странам» более чем по 100 странам мира. В основе методологии шесть показателей: стоимость жизни и покупательную способность; доступность жилья; загрязнение окружающей среды, включая воздух, воду и т.д.; уровень преступности; качество системы здравоохранения; дорожное движение (время на дорогу) [2]. Описание представлено в табл. 1.

Международная компания Economist Intelligence Unit вычисляет «Quality-of-life index» «Индекс качества жизни», включая в свою методологию девять показателей: материальное благополучие; семейная жизнь (уровень разводов на 1 тыс. чел.); общественная жизнь; здоровье; политическая стабильность и безопасность; климат и география (широта (N)) для оценки различия холодного и жаркого климата; гарантия работы (уровень безработицы (в процентах); политическая свобода (средний индекс



политической и гражданской свободы); гендерное равенство [3]. Описание представлено в табл. 2.

Таблица 1 – Характеристика показателей, относящихся к первой методике

Обозначение	Наименование	Примечание
Y1	Quality of Life Index by Country	Чем выше значение, тем лучше
X1.1	Стоимость жизни и покупательная способность	Учитывает потребительские цены, включая транспорт и коммунальные услуги, но не учитывая арендную плату и ипотеку
X1.2	Доступность жилья	Отношение средних цен на квартиры к медианному семейному располагаемому доходу
X1.3	Загрязнение окружающей среды, включая воздух, воду и т.д.	Наибольший вес присваивается загрязнению воздуха, меньший вес – загрязнению воды; небольшой вес даётся другим типам загрязнения
X1.4	Уровень преступности	Основным источником информации являются опросы населения, так как уголовное законодательство в странах может сильно отличаться
X1.5	Качество системы здравоохранения	Оценка общего качества системы здравоохранения, медицинских работников, оборудования, персонала, врачей, стоимости услуг
X1.6	Дорожное движение (время на дорогу)	Оценка уровня пробок, времени на дорогу на работу/учёбу, выбросы CO <sub>2</sub> от автотранспорта

Исследование выполнено по странам Евросоюза.

На основе данных двух разных Индексов качества жизни мы провели сравнительный анализ двух методик. Другими словами, мы оценили, как факторы, которые использовались при расчете одного индекса влияют на значения другого и наоборот.

Рассмотрим первую модель, где в качестве результативной переменной взят Индекс качества жизни рассчитанный по методике Numbeo, а 9 факторов взяты из исследований компании Economist Intelligence Unit. Для полноты исследования мы добавляли еще один десятый фактор – экологический индекс (индекс загрязнения). Исходя из того, что последний расчёт индекса компании Numbeo проведён по данным за 2020 год, в нашем исследовании все статистические показатели датированы именно этим годом.

Проанализировав первую корреляционную матрицу, можно сказать, что самое существенное влияние на Индекс качества жизни оказывает гендерное равенство ( $r=0,630$ ), климат ( $r=0,579$ ), политическая свобода ( $r=0,558$ ) и здоровье ( $r=0,412$ ).

При построении модели, мы учитывали факторы в порядке их влияния на индекс качества жизни и их мультиколлинеарность. Остались значимые факторы по критерию Стьюдента: здоровье (ожидаемость продолжительности жизни, климат и география: Широта (N).



В результате построения модели получили следующее уравнение регрессии:  $Y1^{\wedge} = -246,897 + 3,979X2.4 + 1,778X2.6$

Все коэффициенты уравнения значимы по критерию Стьюдента, а модель в целом значима по критерию Фишера с достоверностью 95%.

Таблица 2 – Характеристика показателей, относящихся ко второй методике

Обозначение	Наименование	Примечание
Y2	Quality-of-life index	Чем выше значение, тем лучше
X2.1	Материальное благополучие (ВВП в текущих ценах, долл. США на человека)	ВВП учитывается по паритету покупательной способности, чтобы нивелировать различия в ценах на одинаковый набор товаров
X2.2	Семейная жизнь (уровень разводов (на 1 тыс. чел.))	Ставится оценка от 1 (мало разводов) до 5 (много разводов)
X2.3	Общественная жизнь	Переменная принимает значение 1, если в стране высокий уровень посещаемости церкви или профсоюзного членства
X2.4	Здоровье	Ожидаемая продолжительность жизни (в годах)
X2.5	Политическая стабильность и безопасность	Рейтинги политической стабильности и безопасности
X2.6	Климат и география	Учитывается географическая широта для оценки различия стран с холодным и жарким климатом
X2.7	Гарантия работы	Уровень безработицы (в процентах)
X2.8	Политическая свобода	Средний индекс политической и гражданской свободы. Шкала от 1 (полностью свободная страна) до 7 (несвободная)
X2.9	Гендерное равенство	Индекс измеряет уровень гендерного разрыва, который существует в тех или иных странах между женщинами и мужчинами, по 14 различным переменным в четырёх ключевых областях
X2.10	Экологический индекс	Индекс загрязнения, баллы

Важно отметить, что экологический индекс значимо связан с резульативной переменной, но в итоговую модель он не вошел.

Можно сделать выводы, что

вариация индекса качества жизни на 55% зависит от вариации здоровья населения, климата и географии и на 45% от вариации других факторов;

если ожидаемая продолжительность жизни увеличится на 1 год, то индекс качества жизни стран Евросоюза в среднем увеличится на 3,979;

если широта увеличится на 1 градус, то индекс качества жизни стран Евросоюза в среднем увеличится на 1,778.

Далее мы построили вторую модель, где в качестве резульативной переменной взят Индекс качества жизни, рассчитанный по методике компании Economist Intelligence Unit. Теперь мы анализируем влияние 6 факторов статистической организации Numbeo. Исходя из того, что последний расчёт индекса компании Economist Intelligence Unit проведён по



данным за 2013 год, в нашем исследовании все статистические показатели для второй модели датированы именно этим годом.

Проанализировав вторую корреляционную матрицу, можно сказать, что на Индекс качества жизни из второй модели наиболее существенное влияние оказывает стоимость жизни и покупательная способность ( $r=0,736$ ), качество системы здравоохранения ( $r=0,431$ ) и загрязнение окружающей среды ( $r=-0,399$ ).

В результате построения модели, исключив мультиколлинеарные факторы, получили следующее уравнение регрессии:

$$Y_2^{\wedge} = 5,356 + 0,023X_{1.1} - 0,008X_{1.3}.$$

Все коэффициенты уравнения значимы по критерию Стьюдента, а модель в целом значима по критерию Фишера с достоверностью 95%.

Можем сделать следующие выводы:

вариация второго индекса качества жизни на 56% зависит от вариации стоимости жизни и покупательной способности, а также загрязнения окружающей среды, включая воздух, воду и т.д., и на 44% от вариации других факторов;

если покупательная способность и стоимость жизни увеличится на 1 ед., то индекс качества жизни  $Y_2$  в среднем увеличится на 0,005;

если загрязнение окружающей среды увеличится на 1 ед., то индекс качества жизни в среднем уменьшится на 0,008.

Таким образом, в результате проведенного исследования мы получили, что:

обе методики не являются безупречными с точки зрения полноты характеристики изучаемого явления;

методику Numbeo желательно дополнить фактором, характеризующим географическое положение, а в факторе, характеризующем качество системы здравоохранения учесть ожидаемую продолжительность жизни;

в методике компании Economist Intelligence Unit было бы неплохо учесть покупательную способность в блоке «Материальное благополучие» и дополнить методику экологическим блоком.

#### **Список использованных источников:**

1. Индекс человеческого развития в странах мира в 2013 году [https://gtmarket.ru/news/2013/03/14/562 ]

2. Numbeo Quality of Life Index by City 2013 [https://www.numbeo.com/quality-of-life/rankings.jsp?title=2013-Q1&displayColumn=0]

3. Economist Intelligence Unit Quality of Life Index 2013 [https://www.economist.com/news/2012/11/21/the-lottery-of-life ]

© Алейникова А.Б., 2021



УДК 339.562.4

## АНАЛИЗ МИРОВОГО ИМПОРТА КОФЕ

Альдебенева А.Н.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет», Самара*

В статье приведены результаты исследования зависимости объема импорта кофе странами мира от объема ВВП и иных факторов. Были построены модели на основе панельных данных с учетом фиксированных и случайных эффектов и группировка стран по импорту кофе на душу населения.

На сегодняшний день производство кофе представляет собой крупную мировую индустрию, в которой участвует более 20 миллионов человек. А оборот кофе по данным статистики занимает в мировой торговле второе место, уступая лишь нефтяной продукции, что свидетельствует о ключевой роли кофе на международном рынке.

Принято считать, что кофе является одним из символов глобализации. Каждый год в мире потребляется более 400 миллиардов чашек кофе, открывается большое множество кофеен, а культура потребления кофе с каждым днём всё больше и больше проникает в каждый уголок мира. С каждым годом импорт кофе только растёт. С чем же связана такая динамика потребления кофе в большинстве стран, разберёмся в ходе исследования.

Исходя из культуры потребления кофе развитыми странами, предположим, что экономическое развитие страны, которое выражается в первую очередь в уровне ВВП, должным образом влияет на объем импорта кофе.

Для подтверждения или опровержения данной гипотезы проведем анализ зависимости между данными факторами, а также попробуем выявить влияние других факторов на результирующий признак – объем импорта кофе странами мира.

Обратимся к мировым официальным статистическим данным по объему импортируемого кофе, объёму ВВП, численности населения. С целью проведения анализа и построения регрессионной модели в эконометрическом пакете Gretl составим массив данных по 119 странам за 2018-2019 гг. [1].

В модель были включены следующие признаки:

объем импорта кофе на душу населения (результативный признак) за 2018-2019 гг., в \$ [2];

объем ВВП на душу населения в сопоставимых ценах текущего года за 2018-2019 гг., в \$ [3];

является ли страна производителем кофе (фиктивная переменная);



отношение страны к континенту: Северная и Южная Америка, Африка, Евразия, Азия, Австралия и Океания (фиктивные переменные).

В ходе построения модели регрессии отдельно по каждому из периодов, мы получили, что фиктивные переменные не являются значимыми, а потому в дальнейшем не будут участвовать при построении модели и её анализе.

Были получены две модели, отражающие зависимость импорта кофе от ВВП из расчёта на душу населения за 2018 и 2019 гг.:

$Y^{2018} = -4,4971 + 0,0006x$  (стандартные ошибки: 2,9448 и 0,0001 соответственно)

$Y^{2019} = -4,8527 + 0,0006x$  (стандартные ошибки: 2,6843 и 0,0001 соответственно).

Из чего мы делаем вывод, что с увеличением уровня ВВП на 1000\$ с расчётом на душу населения импорт кофе соответственно увеличивается на 0,6\$ на человека.

Такая взаимосвязь стабильно наблюдается в 2018 г и в 2019 г., что говорит об устойчивости влияния ВВП на импорт кофе.

На основании коэффициентов детерминации мы получили, что между объемом ВВП на душу населения и объемом импорта кофе действительно есть небольшая линейная взаимосвязь – около 36% (35,5% и 38,3% соответственно) [4].

Таблица 1 – Значения коэффициентов детерминации (R-квадрат)

Год	Значение R-квадрат
2018	0,35
2019	0,38

Так как в исследуемой выборке содержатся данные о нескольких объектах, наблюдаемых в течение двух лет, то мы имеем возможность проанализировать панельные данные [5].

Построив четыре модели, на основе проведённых тестов делаем вывод, что наилучшей является модель с фиксированными переменными, которая учитывает специфические особенности стран.

Таким образом, если учесть индивидуальность и разнообразие стран, то окажется, что ВВП не значим. И всё различие в объеме импорта кофе объясняется прочими переменными, а ВВП, исходя из значимости, не вносит существенного вклада.

Из чего следует вывод, что нашу гипотезу о первостепенной значимости влияния ВВП на объем импорта кофе следует опровергнуть, так как помимо данного фактора на импорт влияет множество и других факторов, как мы это поняли исходя из анализа панельных данных.

Получив вывод о том, что в большей степени на импорт кофе влияют страновые особенности, а ВВП не имеет большого значения, далее мы построили группировку по странам с наибольшим импортом кофе, чтобы выявить их общие черты. Так, исходя из группировки стран-лидеров, мы





сможем определить, с чем связано высокое потребление кофе в данных странах.

Сгруппируем страны с наибольшим импортом кофе, приходящимся на душу населения. Для анализа возьмём данные за 2019 год, так как он является более поздним.

В первую десятку вошли страны, импорт кофе, на душу населения, в которых, больше \$38,85. Ниже представлена таблица с перечнем данных стран.

Таблица 2 – Страны-лидеры потребления кофе из расчета на душу населения за 2019 г.

Страна-импортёр	Объем импорта кофе на душу населения за 2019 г., \$
Люксембург	206,67
Бельгия	93,97
Швейцария	88,15
Нидерланды	69,09
Финляндия	51,95
Словения	49,311
Литва	44,91
Франция	40,73
Швеция	39,46
Германия	38,85

Тот факт, что десятку лидеров возглавляют европейские страны, на долю которых приходится значительный объем импорта кофе, является очевидным по многим историческим, культурным, политическим и экономическим факторам.

Анализируя следующую группу стран с высоким импортом кофе с расчетом на душу населения, необходимо отметить, что потребление преимущественно приходится на промышленно развитые страны с высоким уровнем развития экономики. А это США, Япония, Сингапур, Южная Корея и др.

Так, если в странах американского континента кофе – атрибут быстрого ритма жизни, то для населения стран Европы с неспешной культурой- потребления кофе является культом.

К примеру, в Швеции существует особый подход потребления кофе, который является полной противоположностью американской концепции «кофе с собой». Концепция «фика» – не просто перерыв на кофе на 2-3 часа, это процесс, когда каждый сотрудник может отвлечься от насущных дел и насладиться разговорами.

Стоит отметить еще одну особенность данных стран, помимо того, что их уровень экономики находится на значительном уровне развития, то и степень образования здесь находится на соответствующем уровне. В этих странах большое число учебных заведений, студенты которых являются потребителями кофейных напитков.

Важно обозначить и исторический фактор влияния на культуру потребления. С давних времён кофе являлось прерогативой богатого слоя



населения, что в конечном счёте указывает на то, что в большей степени потребителями кофе являются небедные страны мира с высоким уровнем ВВП [6].

Таким образом, подводя итоги проведённой исследовательской работы, важно отметить следующее: мировой импорт кофе в значительной степени зависит от большого числа индивидуальных факторов, которые присущи тому или иному государству и учесть которые в полном объеме порой, может быть, и невозможно. Однако, несмотря на небольшую значимость ВВП в определении объема импорта – фактор экономического развития страны играет также немаловажную роль в формировании мирового импорта кофе.

#### **Список использованных источников:**

1. Международная и региональная статистика «Кноема». Статистические данные мирового населения // URL: Население - Ranking, 2020 - knoema.com

2. Международная статистика «World's Top Exports». Статистические данные мирового объема импорта кофе по странам в долл. США) // URL: World's Top Exports – Trade metrics that inspire global thinking (worldstopexports.com)

3. Международная и региональная статистика «Кноема». Статистические данные ВВП на душу населения, в текущих ценах (долл. США) // URL: ВВП на душу населения, в текущих ценах (долл. США) - Ranking, 2020 - knoema.com

4. Хайруллина О.И., Баянова О.В. Эконометрика: базовый курс: учебник//Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пермский аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова». – Пермь: ИПЦ «Прокрость», 2019–176 с.

5. Артамонов Н.В. Лекции по эконометрике – модели панельных данных// МГИМО МИД России // 27.10.2020// URL: Лекции по Эконометрике 2 Модели Панельных Данных (mgimo.ru)

6. Джордан М., Захари К. Магия кофе. Полная энциклопедия // ООО «Издательство АСТ» //2019// URL: Читать бесплатно книгу "Магия кофе. Полная энциклопедия" - Майклман Джордан, Карлсен Захари (avidreaders.ru)

© Альдебенева А.Н., 2021



УДК 338.1

## ЗНАЧЕНИЕ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Бавыкина А.М., Шальмиева Д.Б.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Нынешнее социально-экономическое положение Российской Федерации побуждает государство к осуществлению актуальной целенаправленной деятельности, связанной с обеспечением экономической безопасности страны.

Немаловажным фактором, влияющим на экономическую стабильность и безопасность, является политика импортозамещения. Реализация данной политики связана с развитием новых тенденций в мировых экономических отношениях, с усилением протекционизма в межгосударственной торговле, нарастанием геополитической напряженности в мире, которые повлекли за собой введение чрезвычайных мер, таких как экономические и технологические санкции в отношении Российской Федерации. Пандемия COVID-19 и карантинные меры, направленные на её сдерживание, оказали резкое и масштабное шоковое воздействие на мировую экономику, усилив уже существующие проблемы. Ограничительные меры, принятые правительствами государств, привели к частичной и даже полной остановке производств, резкому спаду в сфере услуг, снижению темпов мировой торговли и разрушению цепочек добавленной стоимости.

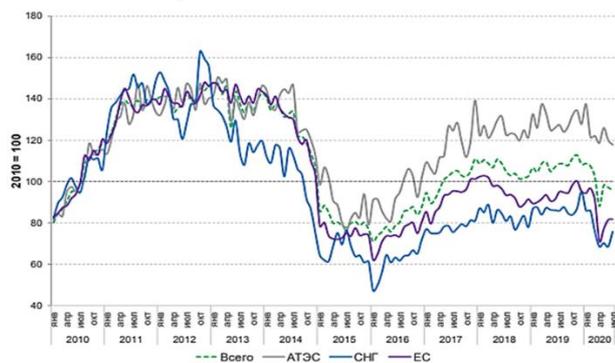
Реализуемая в настоящее время в России политика вынужденного импортозамещения, с опорой преимущественно на внутренние силы, при недостаточном использовании внешних связей, не способствует достижению целей обеспечения прорывного научно-технологического и социально-экономического развития России и повышения уровня жизни её граждан. Скорее имеет больше негативные побочные эффекты в виде снижения благосостояния потребителей, роста производства неконкурентоспособной продукции, несет риск снижения продовольственной безопасности страны. Российская политика импортозамещения практически не учитывает опыт развитых и развивающихся стран. Для исследования политики импортозамещения в Российской Федерации, следует выделить некоторые цели, которые нужно рассмотреть в данной работе: изучить сущность политики импортозамещения, определить цели и рассмотреть проблемы на пути ее реализации.



Импортозамещение – это «процесс сокращения или прекращения импорта определенных товаров, посредством их замещения на внутреннем рынке страны аналогичными отечественным, адекватными или обладающими более высокими потребительскими свойствами и стоимостью не выше импортных». Под стратегией импортозамещения понимают «рассчитанную на долгосрочную перспективу систему мер, обеспечивающих достижение намеченных целей по объемам и структуре производства отечественной продукции при одновременном снижении потребления импортных товаров» [2].

После событий на Украине в 2014 году и ответных мер российского правительства, повлекшие за собой неблагоприятные действия западных стран и введение санкций против России, власти отреагировали и запретили ввоз некоторых иностранных товаров из-за границы. Многие потребители, привыкшие к иностранным товарам, были недовольны падением предложения, поэтому спрос на такие товары возрос, что повлекло за собой необходимость его удовлетворения аналогичными товарами российского производства. Разрыв всех этих экономических связей после 2014 г. обусловил резкий рост роли государства в процессе импортозамещения, а в отдельных направлениях фактически придал ему мобилизационный характер. Несмотря на то, что политика импортозамещения стала реализовываться в России в период до 2014 г. (ее старт можно ориентировочно отнести к 2011 г.), и характер ее в 2014 г. трансформировался.

В течение 2015-2018 годов на меры по импортозамещению в российской промышленности государством было выделено около 1,6 трлн. рублей. В 2019-2020 годах – еще 1,3 трлн. рублей. На сегодняшний день несмотря на довольно внушительные суммы, импортозависимость нашей страны снизилась незначительно. По итогам 2019 года объем российского импорта составил 244,3 млрд. долл. США (рост на 2,6% в годовом выражении). В мае 2020 г., несмотря на сохранение отрицательной динамики импорта, падение замедлилось до 12,6% в годовом выражении и 0,5% к апрелю 2020 г. По итогам первого полугодия совокупный стоимостной объем импорта составил 105,8 млрд. долл. США, что ниже показателя предыдущего года на 6,4%. В январе-июле 2020 г. импорт России составил 124,6 млрд. долл. США и по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года сократился на 7,4%. На рис. 1 показана динамика импорта России по ключевым группам стран за 10 лет (2010-2020 гг.).



Источник — Thomson Reuters, расчеты Аналитического центра

Рисунок 1 – Динамика импорта России по ключевым группам стран за 10 лет.

Исходя из данных, можно заметить, что объем импорта за 2015-2016 года значительно уменьшился. Но в сфере машиностроения объем импорта значительно не изменился и даже увеличился. Это объясняется тем, что потребительский и инвестиционный спрос на товары вырос и покупатели, не получив полноценных отечественных заменителей, стали увеличивать потребление импортной продукции.

Рассмотрим фундаментальные проблемы, мешающие эффективному проведению политики импортозамещения.

На меры по импортозамещению оказывают большое влияние политические факторы, что заставляет отодвинуть экономическую целесообразность на второй план. Если нестабильна внешняя политика, то и долгосрочную экономическую политику на её основе построить практически невозможно. Проявление коррупции и негибкости госаппарата, несовершенство общественных институтов.

Развивающаяся страна, в том числе и Россия, не может преодолеть значительное техническое и технологическое отставание от развитых стран в короткие сроки.

Создание отечественных аналогов импортной продукции, особенно в сфере ИТ, будет препятствовать проблема сетевого эффекта. Эта проблема связана с сетевым монополизмом, вызванным эффектом вытесняющего стандарта, который свойственен почти всем высокотехнологичным сферам.

Успех текущей стратегии импортозамещения будет зависеть от того, удастся ли создать механизм инновационного развития промышленности. Этому, в частности, может способствовать выстраивание сетевых связей между промышленными предприятиями [1]. Проводимая в настоящее время политика импортозамещения осуществляется в принципиально иных условиях и носит иной характер, чем планировалось. Ее приходится реализовывать в ситуации изоляции от мировой экономики, отсутствия доступа к финансовым и технологическим ресурсам. Как следствие, проводить ее нужно в более сжатые сроки, в более неблагоприятных условиях и со значительно большим объемом государственной поддержки.



В отдельных направлениях импортозамещение приобрело мобилизационный характер.

В России проведение мер по импортозамещению вызвано не столько экономической необходимостью, сколько политической ситуацией. Тем не менее, объективная потребность в снижении импортозависимости в нашей стране существует. Анализ проблем позволяет предположить, что столь активные и прямолинейные действия в области определенных отраслей промышленности и сельского хозяйства вряд ли будут эффективны без качественных системных изменений в экономике. Проблемы должны решаться комплексно. Государству нужно сосредоточиться на переходе России в постиндустриальную стадию развития. Для этого необходим комплекс мер по повышению эффективности работы сфер, в которых создается интеллектуальный человеческий капитал. Это, в первую очередь, система образования и науки, а также социальная среда. Кроме того, следует сосредоточиться на совершенствовании институтов государственного управления, привлечь внимание крупных компаний и государства к предприятиям, занимающимся совершенствованием и разработкой высокотехнологичной продукции.

#### **Список использованных источников:**

1. Стариков С.В. Потенциал применения многоуровневого сетевого партнерства в промышленности как инструмента развития импортозамещающих производств // Управленческое консультирование. 2017. № 8. С. 169–175;

2. Юрьев В.М. Реальные модели и инструменты импортозамещения в экономике России/ В.М. Юрьев, Е.К. Карпунина, Е.А Колесниченко // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. - №2(142) – с.17-24.

© Бавыкина А.М., Шальмиева Д.Б., 2021

**УДК 338.24**

## **ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНСТИТУТОВ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ГЛОБАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА**

Байрамова Р.С.

Научный руководитель Новикова Н.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тверской государственный университет», Тверь*

Международные институты развития являются основными драйверами взаимодействия государств между собой. Их деятельность предполагает сотрудничество по различным направлениям в зависимости от интересов и приоритетов задействованных сторон. Повесткой нашего





исследования является кооперация государств в условиях глобальной цифровой трансформации и кризисных последствий пандемии. Цифровизация охватила все сферы жизни и деятельности людей, поэтому правительства государств предпринимают соответствующие меры с целью нивелирования отрицательных последствий трансформации и продвижения конкурентоспособности национальной экономики. Пандемия свела на нет прогресс, достигнутый во многих областях, и правительства стран были вынуждены совместно действовать в кризисных условиях, вытекающих из губительных для экономик стран последствий. Особая роль в таких глобальных ситуациях принадлежит международным институтам развития.

Чтобы выявить роль международных институтов, мы проанализируем некоторые из них по следующим параметрам: приоритеты и цели международных организаций; реализуемые ими программы и субъектов приоритетных направлений оказания поддержки в условиях глобальной трансформации.

Анализ будем проводить среди трех международных институтов развития: Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД), Всемирный Банк, Организация экономического сотрудничества и развития. Данные организации входят в топ 25 международных экономических организаций [1]. Авторитет международных организаций во многом является производной от двух факторов: степени вовлеченности в их деятельность государств, определяющих мировую политику, и их готовности обеспечивать реализацию выдвигаемых ими инициатив.

Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД) – координационный орган Генеральной Ассамблеи ООН по проблемам развития и смежным вопросам торговли, финансов, технологий, инвестиций и устойчивого развития. По статистике каждый третий день ЮНКТАД получает запрос на техническую помощь от развивающихся стран. В 2019 году данный орган реализовал 227 проектов стоимостью 44 миллиона долларов в 57 странах, многие из которых являются наименее развитыми [2]. Благодаря помощи ЮНКТАД развивающиеся страны могут лучше интегрироваться в мировую экономику, трансформируя национальное хозяйство, устраняя уязвимость, повышая конкурентоспособность и расширяя возможности людей.

Проанализировав статистические данные ЮНКТАД можно сделать вывод, что данная организация действительно выполняет взятые на себя обязательства по поддержке и финансированию наименее развитых стран в сфере развития цифровых структур. И доказывает, что в основе данной организации лежат корни либералистической парадигмы международных отношений, где помощь наименее развитым странам и содействие



равномерному развитию регионов рассматривается как благо обществу и мировому прогрессу.

COVID-19 является угрозой не только общественному здравоохранению, но и экономике. ЮНКТАД следит также за последствиями глобальной пандемии для обрабатывающей промышленности, торговли, прямых иностранных инвестиций и экономического роста. В целях укрепления статистического и политического потенциала соответствующих органов макроэкономического, фискального и долгового финансирования как ответа на последствия пандемии организация ставит в приоритет использование и адаптация существующих элементов макроэкономического и политического анализа для создания у развивающихся стран более широких возможностей для диагностирования их финансовых потребностей и совершенствования устойчивых экономических стратегий, чтобы предотвратить затяжную депрессию в их национальных экономиках. Ответные меры представляются в виде обсуждения текущих задолженностей стран, а также поддержки устойчивой и ответственной практики кредитования и заимствования и нормативной базы с учетом условий пандемии. Кроме того, ЮНКТАД предоставляет политические рекомендации по восстановлению экономики для развивающихся стран в целом, либо конкретно трех основных развивающихся регионов (Африка, Азиатско-Тихоокеанский регион, Латинская Америка) с акцентом на тех аспектах макроэкономической политики, которые резко обострились в результате кризиса COVID-19. Таким образом, данные меры помогут отдельным странам-бенефициарам из Африки и Азиатско-Тихоокеанского региона оценить влияние пандемии путем их финансовой потребности и потенциальной возможности для мобилизации внутренних ресурсов путем изменения налоговой политики [2].

Всемирный Банк – международная финансовая организация, созданная с целью оказания финансовой и технической помощи развивающимся странам. В 2020 году организация выделила 1,3 миллиарда долларов для реализации 33 автономных цифровых проектов. Для поддержки области телекоммуникаций, технологий и венчурного капитала было выделено 432 миллиона долларов [3]. Например, в Сомали, стране, которая всё ещё восстанавливается от последствий Гражданской войны, Всемирный банк финансировал разработку вариантов государственно-частного партнерства с целью расширения магистральной связи. ИКТ содействует занятости и развитию предпринимательства, благодаря этому граждане Сомали могут преодолеть нищету и возникающие конфликты. В Нигере проект «Умные деревни для развития сельских районов и дальнейшей цифровой интеграции» направлен на расширение цифровой



связи и предоставление цифровых финансовых услуг в недостаточно развитых районах. Однако исследование не ограничивается данными примерами. Чтобы доказать точную приверженность своим целям, мы проанализировали проекты, реализуемые в рамках Всемирного Банка, и выявили следующее. Финансовая помощь также оказывается и довольно успешным в мировой экономике странам, например, таким как Китай. Предстоит реализация проектов на сумму 758,63 млн. долларов 380 млн. долларов (50%) финансируется со стороны Всемирного Банка. Однако если рассмотреть проекты, реализуемые в наименее развитых странах, например Афганистан. Общая сумма инициативы составляет 77 млн. долларов, из которых только 18 млн. долларов обеспечивается со стороны международной финансовой организации, что составляет 23% [4].

В связи с этим возникает вопрос, почему наименее развитые страны недостаточно поддерживаются? Отвечая на данный вопрос, следует обратить внимание на два аспекта.

С одной стороны, национальные цели многих наименее развитых стран часто не сосредотачиваются вокруг чисто экономических. Вануату и Бутан являются примерами двух стран, которые приняли цель обеспечения удовлетворенности жизнью и экологической устойчивости, а не стремительного экономического роста [5]. Таким образом, может существовать приемлемый компромисс между ростом, удовлетворенностью жизнью и экологической устойчивостью. Данный аспект предполагает также развитие внутренних резервов страны, направленных на развитие цифровых отраслей. Если государство на данном этапе своего развития не готово к цифровым преобразованиям, то оно не стремится реализовывать какие-либо проекты, возлагая на свою экономику дополнительную ответственность.

Однако, с другой стороны, обеспечение полного вовлечения в цифровой мир со стороны наименее развитых стран требует достаточных средств. Основываясь на теории мир-системного анализа американского социолога, неомарксиста И. Валлерстайна можем предположить, что природа межгосударственных взаимодействий является таковой, где существует, «ядро», которое устанавливает стандарты и получают монопольную возможность в мировой экономике, где в результате добавочная стоимость достается им, а не странам периферии. В связи с этим увеличивается и усугубляется неравномерное развитие стран и регионов – цифровой разрыв. Таким образом, по мере того как, инновационные возможности глобальных платформ будут усиливаться, развивающиеся страны могут утратить способность развивать местные инновационные экосистемы. В связи с этим их конкурентоспособность не будет способна отвечать возникающим вызовам и угрозам, и они могут остаться в зависимом от мировых лидеров положении.



Однако приоритеты Всемирного Банка быстро трансформировались и адаптировались к кризисным условиям. В рамках пандемии Всемирный Банк реализует свою деятельность, уделяя внимание 4 приоритетным направлениям [6, 3]:

спасение жизней, которым угрожает пандемия (так как мытье рук имеет решающее значение, Всемирный Банк стремится расширить доступ к воде и санитарии, что включает в себя поддержку краткосрочных решений там, где инфраструктура слаба);

защита бедных и уязвимых (Всемирный Банк оказывает помощь странам Африканского континента, где 80% работников находятся в неформальном секторе, в области социальной защиты);

помощь в сохранении рабочих мест и бизнеса (организация помогает смягчить последствия пандемии на бизнес и сохранение рабочих мест путем поддержки частного сектора);

деятельность по созданию более устойчивого восстановления – в данном направлении предполагается оказание поддержки в области регулирования политических реформ и доступа к Интернету.

В целях поддержки исключительных мер по удовлетворению потребностей стран Всемирный Банк объявила об увеличении финансирования до 160 миллиардов долларов. Для оказания помощи населению стран с низким и средним уровнем дохода в области доступа к эффективным и безопасным вакцинам финансовая организация выделила 12 миллиардов долларов [7].



Рисунок 1 – Финансирование стран в условиях пандемии; источник: Всемирный Банк [7].

Организация экономического сотрудничества и развития – международная межправительственная экономическая организация 37 развитых стран. ОЭСР анализирует важнейшее взаимодействие между Интернетом, инновациями, экономическим развитием и социальным благополучием, с целью оказания помощи правительствам в области разработки политики, направленной на то, чтобы цифровая трансформация работала на благо всех. Организация обращает особое внимание на возможность четкого и правильного сбора статистических данных и доступа к Интернету, как к фундаментальной инфраструктуре на пути к цифровизации. Что вполне целесообразно ввиду того, что по статистике Всемирного Банка половина населения мира все еще не имеет доступа к



Интернету, причем подавляющее большинство сосредоточено в развивающихся странах. Из 25 наименее подключенных стран мира 21 находится в Африке [3]. Однако в задачах документа ОЭСР «Дорожная карта по созданию Общей системы измерения цифровой экономики 2020» предполагается сотрудничество только в рамках стран G20, то есть какое-либо взаимодействие с наименее развитыми странами не учитывается.

На сегодняшний день более 160 компаний объявили о программах денежно-кредитной фискальной поддержки в беспрецедентных масштабах в связи с кризисными последствиями для экономики стран [8, 5]. С целью быстрого восстановления экономик и обеспечения ликвидности по «новым» кредитам Европейский центральный банк объявил о временных смягчительных мерах залогового обеспечения. Программа кредитования предлагает кредиты всем коммерческим компаниям и некоммерческим организациям с численностью сотрудников до 15000 человек и доходом не менее 5 миллиардов долларов. Однако решение проблемы краткосрочной ликвидности в финансовой система недостаточно для устранения острых рисков в области неплатежеспособности предприятий в результате пандемии [8, 7]. Для решения возникающих проблем с платежеспособностью необходима немедленная и целенаправленная финансовая поддержка. В большинстве стран ОЭСР ранее существовавшие программы финансовой поддержки этих фирм были расширены в дополнение к введению новых программ. Эта поддержка включает в себя кредитные гарантии, прямые займы и гранты, инвестиции в акционерный капитал, а также содействие кредитованию со стороны Центрального банка. Все чаще правительства также используют меры структурной поддержки в области цифровизации, инноваций и рескиллинга для повышения устойчивости и восстановления от кризисных последствий.

Таким образом, проанализировав международные институты, мы пришли к следующим выводам. В условиях пандемии международные организации стремятся руководствоваться и политическими и экономическими инструментами в связи с пониманием того, что только взаимосвязь этих двух сфер будет способствовать смягчению кризисный последствий. В области финансирования, безусловно, следует уделить большее внимание реализации цифровых платформ, так как данные инициативы помогут избежать фундаментальных негативных сдвигов как в экономической отрасли, так и во всех других сферах жизни и деятельности людей. Что касается субъектов финансирования, то здесь важно понимать целесообразность и эффективность оказания первичной помощи наименее развитым странам, в особенности региону Африки, развитым же государствам с использованием программы софинансирования, совмещая средства международных институтов, государства и средств физических и юридических лиц. Особо стоит обратить внимание на эффективность, не



экономическую, а общественную и социальную. Поскольку некоторые глобальные угрозы, джокеры могут иметь значительные последствия для всех субъектов глобального пространства.

Деятельность международных институтов должна быть трансформирована и продолжаться с учетом координированного подхода сохранения национальных суверенитетов стран и обеспечения эластичного поведения всех экономических субъектов в целях избежания глобальных катастроф и сохранения человечества.

**Список использованных источников:**

1. Economics ranking: International Organizations: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ideas.repec.org/top/top.intorg.html> - Дата обращения: 9.05.2021

2. Response and Recovery: Mobilizing financial resources for development in the time of Covid-19: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctad.org/project/response-and-recovery-mobilising-financial-resources-development-time-covid-19> - Дата обращения: 9.05.2021

3. Information & Communication Technologies Overview: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.worldbank.org/en/topic/digitaldevelopment/overview> – Дата обращения: 9.05.2021

4. Projects by country. World Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/project-country?lang=en&page=> – Дата обращения: 10.05.2021

5. International support for the least developed countries: A different way?: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.un.org/ldcportal/international-support-for-the-least-developed-countries-a-different-way/> – Дата обращения: 9.05.2021

6. World Bank Group COVID-19 Crisis Response Approach Paper – World Bank, 2020. – 51 p.

7. Масштабные, оперативные меры по спасению жизней и содействию странам в восстановлении: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blogs.worldbank.org/ru/voices/broad-fast-action-save-lives-and-help-countries-rebuild> - Дата обращения: 10.05.2021

8. COVID-19 Government Financing Support Programs for Businesses – Paris, 2020. – 76 p.

© Байрамова Р.С., 2021



УДК 338.2

## ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО СЕКТОРА США НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Близнюкова Е.П.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный университет», Волгоград*

В данной статье был охарактеризован энергетический сектор с теоретической точки зрения и дано определение энергетической политики. На основе проведенного автором контент-анализа выступлений Б. Обамы, Д. Трампа и Дж. Байдена, принятых нормативно-правовых актов и исполнительных указов, а также статистических данных была выявлена эволюция приоритетов федерального правительства США в энергетическом секторе на современном этапе.

Энергетический сектор является приоритетным направлением большей части национальных экономик и лежит в основе экономического развития любой страны. Энергетическая политика является частью экономической, внешней политики и политики национальной безопасности [1].

При формировании мер по государственному регулированию в этом секторе необходимо учитывать общий контекст, который включает экономические, экологические, институциональные и дискурсивные аспекты.

На современном этапе мировой энергетический рынок значительно трансформировался из-за истощаемости многих невозобновляемых источников энергии, развития новых технологий, политических процессов.

Соотношение сил между странами-участницами рынка углеводородного сырья также претерпело изменения.

Представляется актуальным проанализировать преобразования, произошедшие в энергетическом секторе США на современном этапе, связанные со «сланцевой революцией». Понимание структуры и особенностей функционирования системы государственного регулирования позволит выявить тенденции развития энергетической политики США в дальнейшем.

Приоритеты энергетической политики, сформированные Б. Обамой в период первого президентского срока, были ориентированы на развитие альтернативной энергетики и ужесточение экологических стандартов. Однако под влиянием «сланцевой революции» в энергетической стратегии Б. Обамы произошли изменения относительно методов регулирования нефтегазового сектора. В этот период продвигалась идея нахождения компромисса в долгосрочном использовании, как возобновляемых, так



невозобновляемых источников энергии (особенно сланцевых нефти и газа) [2].

Администрация Д. Трампа в качестве приоритетного направления избрала поддержку промышленности (нефтегазовая и угольная отрасли), последовательно ослабляя природоохранное регулирование. Энергетическая стратегия Д. Трампа была направлена на проведение энергетической и экологической политики, ориентированной на рост числа рабочих мест, энергетическую независимость, достигнутую за счет увеличения производства ископаемого топлива и сокращения государственного регулирования отрасли для стимулирования добычи и строительства энергетической инфраструктуры. Относительно возобновляемой энергетики Д. Трамп неоднократно высказывал сомнения по поводу её рентабельности.

В целом, администрация Трампа ослабила или отменила более 125 экологических ограничений, регулирующих качество воздуха и воды, химическое загрязнение и выбросы парниковых газов.

Трамп внёс фундаментальные изменения в Закон о национальной экологической политике, намереваясь ускорить процесс утверждения трубопроводов, строительства автомобильных дорог и других крупных проектов, представляющих экологический риск.

Также в начале своего президентского срока Трамп издал указ о снижении регуляторных барьеров в разработке месторождений нефти, природного газа и угля. Он ускорил процесс утверждения экспорта сжиженного природного газа. Стоит отметить, что за время его пребывания в должности Соединённые Штаты стали нетто-экспортером как нефти, так и природного газа и превзошли по этим показателям Саудовскую Аравию и Россию.

Кроме того, Трамп обещал возродить угольную промышленность, ослабив дорогостоящий контроль за загрязнением окружающей среды. Но спрос на уголь резко упал на фоне более дешёвого природного газа и возобновляемых источников энергии. Примерно 15% угольных электростанций страны закрылись во время пребывания Трампа на посту президента.

Таким образом, администрация Трампа потратила последние четыре года на демонтаж экологических норм, а также способствовала созданию максимально благоприятных условий для американских нефтегазовых компаний, прежде всего сланцевых, что обеспечило стабильный рост добычи.

Вектор развития энергетического сектора двух администраций также может быть определён по данным Федерального бюджета США. Расходы, выделяемые Министерству энергетики и Агентству по охране окружающей среды, за данный период изменялись следующим образом: в 2010 году –





\$26,3 млрд. и \$10,5 млрд., соответственно; в 2012 г. – \$42,5 млрд. и \$10,2 млрд.; в 2014 г. – \$28,4 млрд. и \$8,2 млрд.; в 2018 г. – \$28 млрд. и \$5,7 млрд.

Кроме того, согласно изменениям в потреблении энергии (по секторам) за период нахождения двух администраций у власти прослеживалась следующая тенденция: в 2010 г. и в 2018 г., соответственно: нефть – 25% и 37%; уголь – 22% и 11%; природный газ – 22% и 32%; атомная энергия – 8,4% и 8%; возобновляемые источники энергии – 8% и 11% [3].

Новый президент США Джо Байден в качестве центрального элемента своей предвыборной программы избрал борьбу с изменением климата и, в соответствии с этим, был разработан План экологически чистой энергии и экологической справедливости [4].

В качестве исполнительных указов и правовых мер, принятых новой администрацией президента США Дж. Байдена в энергетическом секторе были приняты следующие: возвращение к Парижскому соглашению, введение запрета на строительство трубопроводов Keystone XL, введение временного моратория на добычу нефти и газа на территориях федерального подчинения (на суше и на шельфе) и т.д.

Предполагается, что будет реализован предложенный им законопроект о стимулировании инвестиций в размере около 2 трлн. долларов для восстановления экономики, причём значительная часть этой суммы (около 600 млрд. долларов) будет направлена на экологически чистую энергетику, включая ВИЭ и атомную энергетику, создание «зелёных» рабочих мест, расширение энергетической инфраструктуры (строительство новых зарядных станций для электромобилей и продвижение энергоэффективных зданий).

В целом, необходимо понимать, что осуществить переход к чистой энергетике и снизить выбросы до нулевой отметки невозможно за такой короткий период. Администрации Байдена следует учитывать потребности американской экономики в дешёвых энергоносителях и значительные средства, которые потребуются на переход к ВИЭ.

Таким образом, предвыборная программа и первые политические шаги новоизбранного президента США Дж. Байдена продолжают линию бывшей администрации Б. Обамы по поддержке альтернативной энергии и направлены на осуществление переориентации топливно-энергетического комплекса на развитие отрасли возобновляемой энергетики и ужесточению мер в отношении источников ископаемого топлива. Но при этом следует учитывать, что сложность глобального энергетического рынка и неспособность предсказать технологические достижения или преобразования требуют опоры на рынки при принятии инвестиционных решений. Поэтому правительство должно избегать своей тенденции предлагать преференции определенному источнику энергии. Для максимизации ценности ресурсного потенциала, развития рынка



энергетических технологий, необходимо реформировать налоговую политику, разработать новую систему регулирования и контроля отрасли, осуществлять инвестиции в долгосрочные исследования в области энергетики.

**Список использованных источников:**

1. Kohl, W. National Security and Energy / Kohl, W. – Text Electronic // Encyclopedia of Energy. – 2004. - URL: <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/energy-policy> (дата обращения: 24.03. 2021).

2. Remarks by the President on American-Made Energy. – Text Electronic // Obama White House Archives : официальный сайт. - URL: <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2012/03/22/remarks-president-american-made-energy> (дата обращения 24.03.2021).

3. Consumption & Efficiency. – Text Electronic // U.S. Energy Information Administration : официальный сайт. - URL: <https://www.eia.gov/consumption/> (дата обращения 30.03.2021).

4. The Biden plan for a clean energy revolution and environmental justice. – Text Electronic // Plan for Climate Change and Environmental Justice : официальный сайт. - URL: <https://joebiden.com/climate-plan/> (дата обращения 02.04.2021).

© Близнюкова Е.П., 2021

УДК 656.01(476)

**РЫНОК МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК:  
ВЫЗОВЫ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ**

Вишневская А.С.

*Учреждение образования «Белорусский государственный  
экономический университет», Беларусь*

Важным фактором в развитии экономики в 2020 году стало влияние вируса COVID-19 на все сферы деятельности. Его распространение по всему миру нанесло и продолжает наносить значительный ущерб различным направлениям работы, в том числе под огромным влиянием оказались глобальные цепи поставок. В первую очередь пострадали такие виды логистической деятельности, как закупка товаров и сырья, их отгрузка и погрузка, а также транспортировка [1].

Согласно отчету Международной ассоциации воздушного транспорта (ИАТА) в среднем в день авиаперевозчики теряют около 230 миллионов долларов. По данным мирового рынка грузовых авиаперевозок спрос на снизился на 10,6% в 2020 году по сравнению с 2019 годом. Подобное падение является самым значительным с 1990 года, когда ИАТА начала отслеживать показатели грузовых авиаперевозок.





Однако, следует отметить, что в настоящее время уже отмечена тенденция роста спроса на данный вид грузоперевозок, так как в некоторых случаях они являлись лучшей заменой автомобильных перевозок в виду закрытых границ. По данным IATA в конце 2020 года наблюдалось улучшение ситуации на мировом рынке грузовых авиаперевозок. Так, в декабре 2020 года спрос на грузовые авиаперевозки снизился лишь на 0,5% по сравнению с предыдущим годом (2,3% для международных грузоперевозок).

В некоторых случаях для целей транспортировки грузов использовались пассажирские самолеты. В данной ситуации IATA были разработаны правила и руководства по безопасной перевозке грузов в пассажирской части самолетов, так как при погрузке груза в пассажирскую часть самолета необходимо учитывать множество факторов, таких как противопожарная защита, вес и балансировка, фиксация грузов, ограничения по загрузке и многое другое [2].

Кроме того, IATA запустила онлайн-платформу ONE Source, которая разработана для информационной поддержки отрасли грузовых авиаперевозок по согласованию потребностей грузоотправителей с наличными мощностями поставщиков авиатранспортных услуг по всей цепочке поставок.

Что касается развития международных автомобильных грузоперевозок, то в связи с началом пандемии COVID-19 29 апреля 2020 года на сайте Международного союза автомобильного транспорта был опубликован документ с рекомендациями по предотвращению распространения коронавирусной инфекции, а также по восстановлению после мировой пандемии для правительств государств и международных организаций. Разработанные рекомендации можно условно разделить на 2 основных типа: финансовые и нефинансовые.

Правительства отдельных стран последовали данным рекомендациям Международного союза автомобильного транспорта, обеспечив послабления ограничений для водителей, продлив сроки действия необходимых документов и создав «зеленые» полосы в пунктах пересечения границ. Учитывая то, что многие компании все равно находятся на стадии банкротства, меры финансовой поддержки со стороны правительства работают не в полной мере. Ассоциация провела оценку по применению разработанных финансовых рекомендаций в 79 странах мира. Кроме того, более 200 транспортных операторов в восьми странах мира участвовали в исследовании наиболее эффективных из представленных рекомендаций. Несмотря на большой объем финансовой помощи поддержки национальных экономик, поддержка непосредственно операторов автомобильного транспорта не принесла больших результатов.



С момента публикаций результатов влияния COVID-19 на грузовые перевозки автомобильным видом транспорта в июне 2020 года до момента оценки в ноябре 2020 года потери транспортных автомобильных операторов продолжали расти. В результате потери отрасли в 2020 году составили около 679 млрд долларов и привели к снижению выручки на 18% по сравнению с показателем 2019 года. В Европе в отношении грузовых автомобильных перевозок наблюдается более резкий спад по сравнению с первоначальными прогнозами. Согласно отчету, опубликованному в июне 2020 года, общее годовое сокращение объемов грузоперевозок прогнозировалось в объеме 75 млрд долларов, а уже в ноябре 2020 года прогнозное значение показателя экспертами было увеличено до 125 млрд. долларов. В других регионах также наблюдаются значительные потери в автомобильной отрасли. В Саудовской Аравии потери составили около 1 млрд. долларов, в США – около 63 млрд. долларов, в Китае – около 131 млрд. долларов.

В отношении морских контейнерных перевозок нужно отметить, что по причине холостых рейсов в первой половине 2020 года количество заходов контейнеровозов в порты снизилось, поскольку перевозчики вводили серии холостых рейсов для контейнеровозов, осуществляющих перевозки на длинные расстояния. Отгрузки пустых контейнеров могут, с некоторыми ограничениями, рассматриваться как индикатор изменений спроса, т.к. в последние годы наблюдается корреляция между нулевой загруженностью контейнеров и фактическим снижением спроса.

Согласно данным IAPH-WPSP по воздействию COVID-19 на экономику, по крайней мере 40 процентов контейнерных портов во всем мире еженедельно, с момента объявления пандемии в середине марта 2020 года, испытывают влияние холостых рейсов. Нулевая загруженность контейнеров на торговом маршруте Азия-США составила в среднем 19-процентной пропускной способности в месяц в 2020 года, поскольку 47 из 249 заходов были холостыми. С момента объявления пандемии количество заходов контейнеровозов по всему миру было на 5,8% ниже их уровня за тот же период 2019 года.

Сбои в грузовых перевозках морским видом транспорта, вызванные пандемией, развивались по меньшей мере в четыре этапа. Первый этап начался в начале 2020 года и был связан с китайским Новым годом (то есть снижением спроса на контейнерные перевозки из-за закрытия китайских заводов). На втором этапе китайский Новый год был продлен на дополнительные недели, а холостые рейсы продолжались. На третьем этапе груз, который изначально планировалось к выходу из портов Дальнего Востока после китайского Нового года и задерживался из-за блокировки в Ухане, был перевезен с задержкой во времени. Данные, доступные на начало марта, отражают это развитие и создают впечатление, что морские



грузоперевозки восстанавливается. Однако, четвертая фаза отмечена вспышкой COVID-19 за пределами Китая и влиянием введения ограничений на экономическую деятельность в Европе и Северной Америке.

Следует отметить, что во время пандемии не произошло серьезных изменений в железнодорожном сообщении для грузовых перевозок, большинство пунктов пересечения границы были свободны для перевозки грузов с некоторыми незначительными ограничениями или процедурными требованиями по санитарной обработке подвижного состава.

Ослабление ограничительных мер в отношении грузовых перевозок с мая 2020 года увеличило индекс связности для железнодорожных грузовых перевозок до 0,84 по сравнению с 0,79 в 2020 году. При этом, его значение до начала распространения вируса COVID-19 составляло 0,88 [3].

Хотя международный железнодорожный транспорт уже доказал свою устойчивым во время пандемии, тем не менее кризис, вызванный вирусом COVID-19, открывает все новые возможности для железной дороги по наращиванию своих конкурентных преимуществ за счет прежде всего цифровизации грузоперевозок. Так, проведенное в июле 2020 года Совместное виртуальное совещание экспертов ESCAPOSJD по проблемам и возможностям международного железнодорожного транспорта по сети Трансазиатских железных дорог во время пандемии COVID19 акцентировало внимание всех участников перевозочного процесса на важности цифровизации железных дорог для дальнейшего повышения эффективности железнодорожного транспорта. Совещание рекомендовало секретариату ESCAP рассмотреть возможность разработки всеобъемлющей основы по цифровизации железных дорог в регионе ESCAP для дальнейшего рассмотрения соответствующими межправительственными органами [3].

В целом, во время пандемии COVID 19 международный железнодорожный транспорт подтвердил свою надежность для поддержания устойчивого сообщения вдоль сети Трансазиатских железных дорог. Однако ситуация с пандемией все еще продолжает развиваться, риски введения повсеместных ограничений сохраняются, что может привести к неблагоприятным последствиям в том числе и для железнодорожных грузоперевозок. Железные дороги должны превратить этот кризис и период неопределенности в возможность, приняв меры по увеличению собственных конкурентных преимуществ перед другими видами и обеспечению устойчивости существующих транспортных сетей.

#### **Список использованных источников:**

1. Harvard Business Review // How Coronavirus Could Impact the Global Supply Chain by Mid-March [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://hbr.org> / Дата доступа: 05.09.2020



2. Изменения в грузовых авиаперевозках за период пандемии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sky-marine.ru/blog/izmeneniya-v-aviaperevozkah-v-pandemiyu>. – Дата доступа: 06.02.2021

3. Изменения в грузовых авиаперевозках за период пандемии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sky-marine.ru/blog/izmeneniya-v-aviaperevozkah-v-pandemiyu>. – Дата доступа: 06.02.2021

© Вишневская А.С., 2021

УДК 339.9

**ОБЪЕДИНЕНИЕ КИТАЙСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ  
«ОДИН ПОЯС, ОДИН ПУТЬ»  
И ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА  
ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ИНВЕСТИЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

Воронин В.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет», Санкт-Петербург*

В 21-м столетии основным центром экономического и политического мирового развития становится Азиатско-Тихоокеанский регион. За последние два десятилетия отношения между Россией и Китаем обрели новые стратегические ценности для обеих стран. В статье кратко рассматривается объединение китайской инициативы «Один пояс, один путь» и Евразийского экономического Союза. Также исследуются потенциальные взаимовыгодные планы экономического взаимодействия стран. Особое внимание уделяется проблемам и перспективам российско-китайского инвестиционного сотрудничества в рамках объединения инициатив. При изучении данной темы был сделан следующий вывод: Россия и Китай должны создать единый юридический орган взаимодействия, координирующий совместную инвестиционную деятельность.

Россия и Китай обладают высокой степенью политического доверия на межгосударственном уровне. Такие союзнические отношения в полном смысле открывают новые возможности для многогранного стратегического партнерства стран.

Со стороны Китая инициатива Си Цзиньпина «Один пояс, один путь», ориентирована на улучшение эффективного сотрудничества, налаживание многосторонней кооперации, которая не является намерением КНР занять лидирующие позиции. Инициатива подталкивает китайские компании к строительству и развитию авто и железных дорог, портов и другой



инфраструктуры, как на евразийском пространстве, так и за его пределами [1].

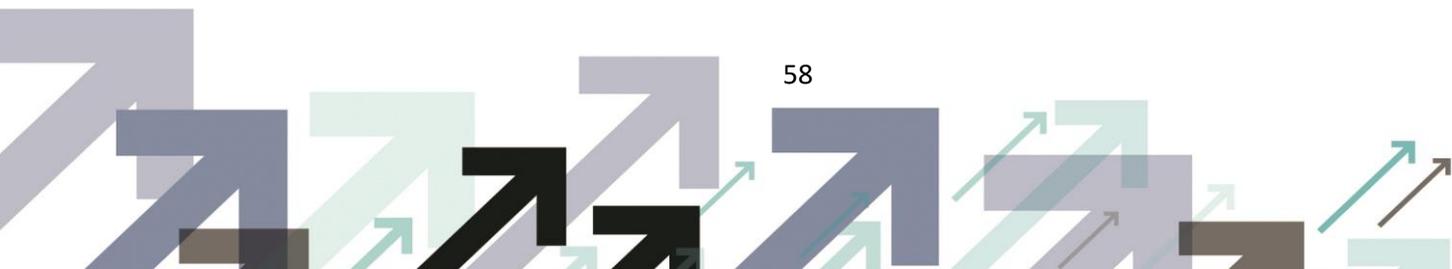
Евразийский экономический союз (ЕАЭС) – это инициатива России по продвижению интеграции на постсоветском пространстве. Россия продвигает развитие регионального сотрудничества, увеличение объемов взаимной торговли и инвестиций, а также направляет свою работу на реализацию стратегической договоренности, для достижения долгосрочной цели диверсифицированного экономического развития. Целями инициативы является – формирование единого рынка в рамках союзного объединения, единой политики в отраслях экономики, упрощение таможенных процессов и обеспечение свободы движения капитала, товаров, услуг и рабочей силы. На территории стран-участниц ЕАЭС сформировано единое таможенное пространство между Россией, Арменией, Беларусью, Казахстаном и Кыргызстаном [2].

«Один пояс, один путь» и Евразийский Экономический Союз (ЕАЭС) были инициированы в начале 21-го века. Эти проекты имеют свои исторические основы: для Китая – это прообраз древнего Шелкового пути, а ЕАЭС связывает страны бывшего СССР.

В условиях мировой политической и экономической нестабильности для обеих стран существует ряд проблем. Для Китая – это укрепление США в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР), торговая война с США, и экономические санкции. Для России это политическое давление и экономические санкции со стороны Европейского Союза и США и усиление НАТО в регионах постсоветского пространства. Внешнеполитическое давление и географическая близость стран создает основу для объединения инициативы «Один пояс, один путь» с Евразийским Экономическим Союзом (ЕАЭС).

На этом пути, главы обеих стран, неоднократно, упоминали о концепции сопряжения китайской инициативы «Один пояс, один путь» с Евразийским Экономическим Союзом (ЕАЭС). В мае 2015 года страны подписали соглашение о сопряжении инициативы «Один пояс, один путь» и ЕАЭС [3]. В мае 2018 года, было подписано соглашение о торгово-экономическом сотрудничестве между ЕАЭС и его государствами-членами, с одной стороны, и КНР, с другой стороны [4]. В октябре 2020 года состоялось первое заседание совместной комиссии по реализации соглашения о торгово-экономическом сотрудничестве между Евразийским экономическим союзом (ЕАЭС) и КНР [5].

Цель данной статьи – рассмотреть возможность объединения и потенциал инвестиционного сотрудничества в рамках китайской инициативы «Один пояс, один путь» и Евразийского экономического Союза.





Объединение инициатив является потенциальным драйвером роста взаимных инвестиционных потоков региона и развития экономик государств. По мере превращения Китая в одного из самых важных торгово-экономических партнеров для России, крепло и росло российско-китайское инвестиционное сотрудничество. На сегодняшний день, между Россией и Китаем имеется достаточное количество специализированных фондов и финансовых институтов, направленных на поддержку инвестиционных проектов в регионах постсоветского пространства. В табл. 1 ниже перечислены фонды и финансовые институты, а также их цели, созданные для поддержки региональных проектов.

Таблица 1 – Фонды и финансовые институты поддержки российско-китайских региональных проектов, источник: сделано автором

Фонды	Цели
Инвестиционный фонд регионального развития	Приоритетные сферы инвестирования фонда - атомная энергетика и медицина, горнодобывающая промышленность, металлургия, сырье, инфраструктура и логистика
Российско-китайский фонд агропромышленного развития	Развитие российско-китайских проектов в агропромышленной сфере
Российско-китайский технологический фонд	Поддержка проектов по развитию перспективных технологий
Российско-китайский фонд роста	Извлечение максимальной выгоды из стремительного развития российско-китайского экономического сотрудничества
Финансовые институты	Цели
Экономическая комиссия ЕАЭС	Постоянно действующий наднациональный регулирующий орган Евразийского экономического союза
Международный инвестиционный банк ЕАЭС	Многосторонний институт развития, деятельность которого направлена на содействие сопряженности и интеграции экономик стран-членов Банка
Азиатский банк инфраструктурных инвестиций	Улучшение социальных и экономических показателей стран Азии
Новый банк развития (НБР) стран БРИКС	Финансирование инфраструктурных проектов и проектов устойчивого развития в государствах БРИКС и развивающихся странах

Однако, несмотря на достаточно большое количество созданных финансовых институтов, в рамках объединения инициатив, не существует единого юридического органа взаимодействия, координирующего инвестиционную деятельность всех созданных фондов и организаций, в совокупности, что затрудняет создание единого инвестиционного пространства.

Анализируя инвестиционное сотрудничество ЕАЭС с инициативой «Один пояс, один путь» можно выделить три основных взаимовыгодных идеи объединения. Во-первых, сотрудничество поможет развить транспортную систему России и всего евразийского региона, что в дальнейшем даст возможность беспрепятственно оказывать транзитные и



логистические услуги. Во-вторых, объединение инициативы «Один пояс, один путь» и ЕАЭС будет способствовать созданию новых экономических проектов и производственных кластеров. В-третьих, объединение инициатив может стать центром для появления сотрудничества в Большой Евразии и значимым звеном глобальной экономической интеграции.

На сегодняшний день уже создана совместная комиссия по реализации Соглашения о торгово-экономическом сотрудничестве ЕАЭС и Китая. После первого заседания, состоявшегося в октябре 2020 года, стороны договорились совместно разрабатывать «дорожную карту» проектов. В процессе первого заседания стороны упоминали о возможности реализации инфраструктурных проектов для связи Евросоюза с Азиатско-Тихоокеанским регионом через ЕАЭС. Китай предложил наращивать взаимные инвестиции, активно улучшать региональную деловую среду, углублять сотрудничество в производстве, строительстве, инфраструктуре, сельском хозяйстве и сфере услуг [6].

Совместное противостояние России и Китая новым вызовам, требует новых мер и подходов. В течение последнего времени страны принимают шаги по объединению инициатив и создают совместные межгосударственные институты. В рамках объединения необходимо создание единого юридического органа взаимодействия, координирующего инвестиционную деятельность. Сопряжение инициатив ЕАЭС и «Один пояс, один путь» поможет странам расширить межгосударственное сотрудничество увеличить объемы инвестиций и привлечь бизнес к партнерству в широком спектре отраслей экономик.

#### **Список использованных источников:**

1. One belt, one road / Т. SIT [et al.] // Monthly Review. – 2017. Electronic resource: [https://our-global-u.org/oguorg/en/download/Featured%20Authors/erebus\\_wong/One-Belt-One-Road.pdf](https://our-global-u.org/oguorg/en/download/Featured%20Authors/erebus_wong/One-Belt-One-Road.pdf)

2. Официальный сайт Евразийского Экономического Союза. – 2021. Электронный ресурс: <http://www.eaeunion.org/#about>

3. Совместное заявление Российской Федерации и Китайской Народной Республики о сотрудничестве по сопряжению строительства Евразийского экономического союза и Экономического пояса Шелкового пути. // Администрация Президента России. – 2015. Электронный ресурс: <http://kremlin.ru/supplement/4971>

4. О встрече сопредседателей российско-китайской Рабочей группы по сопряжению планов развития ЕАЭС и проекта «Один пояс, один путь». // Министерство иностранных дел Российской Федерации. – 2021. Электронный ресурс: [https://www.mid.ru/foreign\\_policy/news/-/asset\\_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/4251784](https://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/4251784)



5. Сопряжение ЕАЭС с Китаем и Европой – ключевая идея Большого Евразийского партнерства. // Евразийская экономическая комиссия. –2020. Электронный ресурс:

<http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/27-10-2020-4.aspx>

6. Сопряжение ЕАЭС с Китаем и Европой – ключевая идея Большого Евразийского партнерства // Евразийская экономическая комиссия – 2020. Электронный ресурс:

<http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/27-10-2020-4.aspx>

© Воронин В.А., 2021

УДК 338.14

## ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РФ

Дрюченко С.Д., Сараджева О.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

С июня 2014 года Российская Федерация находится под санкционным давлением западных стран. Данные санкции введены в связи с событиями, происходящими на тот момент на Украине, и несли экономический характер. Они были нацелены на возникновение в России экономических, а следом и социальных изменений в худшую сторону. Но смогли ли данные санкции вызвать желанный эффект?

Сейчас, в 2021 году, можно сказать, что санкции – это одна из главных угроз экономической безопасности Российской Федерации, на ряду с другими немаловажными проблемами. Они ограничили экономическую деятельность многих российских фирм и организаций не только частной, но и государственной организационно правовой формы. Отечественные банки не могут брать кредиты в иностранных банках; действует запрет на ввоз в РФ сырья и материалов, необходимых для полноценного и бесперебойного функционирования различных отраслей экономики. Так или иначе, но введенные в 2014 году и вводимые до сих пор санкции повлияли на все элементы, которые составляют экономическую безопасность РФ.

Стоит отметить, что события 2014 года, такие как: присоединение Крыма к России, военные действия в Украине и в Сирии, и еще ряд прочих, послужили лишь теми необходимыми поводами для введения санкций, которые так долго ждали. Предпосылки для их введения появились еще в 2007 году после речи Владимира Путина на «Мюнхенской встрече», а которой он обозначил место России в современном многополярном мире.

Введенные санкции повлекли за собой сокращение многих экономических показателей. ВВП существенно сокращался с 2014 года по



2017, но в 2018 и 2019 годах все же начал повышаться, но очень медленными темпами. Произошло сокращение экспорта из-за введенных ответных санкций со стороны РФ. Также спад произошел в импорте: особенно по продовольствию и сельскому хозяйству. Пожалуй, в данной ситуации больше всего пострадали именно потребители, привыкшие к качественной продукции, а теперь вынужденные искать альтернативу.

Также, следует сказать, что увеличились внешних и внутренних долги Российской Федерации. Внутренний долг увеличился в связи с финансовыми санкциями, которые ограничили возможность привлекать иностранного капитала из-за рубежа, а следовательно, государству приходится привлекать денежные средства от населения и компаний, что и оказывает влияние на повышение внутреннего долга страны. А внешний долг увеличился из-за средств, идущих на обслуживание государственного аппарата. Увеличение госдолга существенно влияет на стабильность финансовой системы государства, а следовательно, и на экономическую безопасность.

Но только ли негативное воздействие оказали санкции на состояние экономики и экономической безопасности Российской Федерации? Как оказывается – нет.

Самым ярким примером позитивного влияния санкций на экономику России является импортозамещение. Особое внимание было уделено развитию сельского хозяйства страны. Это стало возможно после ответных санкций со стороны России, направленных на Западные страны. Они установили запрет на ввоз в РФ определенных видов продукции, в основном продовольственной. Это дало возможность отечественным производителям заниматься своей деятельностью, не боясь конкуренции со стороны зарубежных компаний. И подобная тактика принесла свои плоды: вырос объем производства сельскохозяйственной продукции, выросла обеспеченность России за счет внутреннего производства, ну и, конечно, оздоровилось сельское хозяйство страны. Существенно увеличился потенциал отечественной экономики.

Также немаловажным плюсом является расширение сотрудничества с Китаем, Южной Кореей, Индией и Вьетнамом, что послужило созданию Евразийского экономического союза. В содружестве с данными странами Россия создает возможности для совместного развития экономик и заключения выгодных для всего содружества контрактов и договоров, создает уверенную и стабильную позицию в мировой экономике для стран-участниц.

Военно-промышленный комплекс экономики также получил существенное развитие. Причиной этому послужили не только расширение и укрепление отечественного производства оружия и военной техники, но и



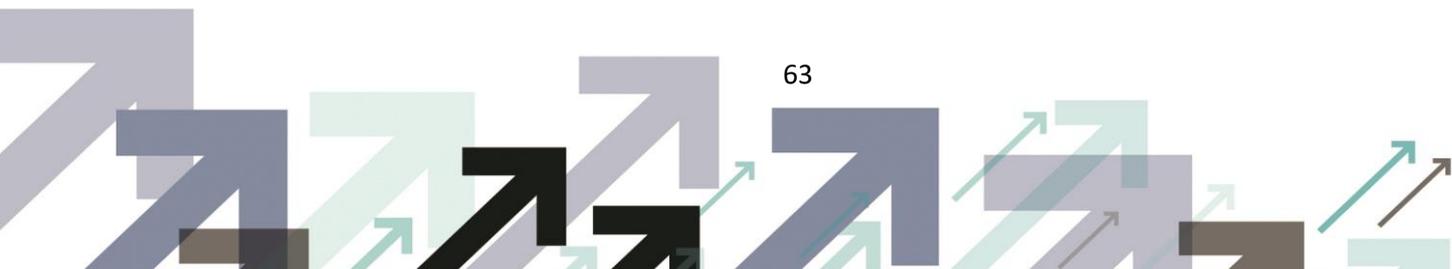
созданные новые деловые связи со странами Евразийского экономического союза, по поводу производства и продажи оружия странам-участницам.

Россия создала, и до сих пор развивает и продвигает платёжную систему «Мир» – аналог других подобных иностранных систем. Это новшество действительно важное и необходимое решение в условиях санкционного давления на Россию, так как следующие ограничения со стороны западных стран могут быть еще более серьезными и ограничить денежные операции по таким платежным системам как «Mastercard» и «Visa», а имея свою собственную отечественную систему платежей можно избежать особенно серьезных последствий. Да, международные денежные операции будет невозможно совершить, но вот внутри страны финансовые потоки будут продолжать свое движение. И стабильной ситуации внутри страны способствует перевод, по крайней мере в государственных учреждениях, зарплатных карт граждан на систему «Мир». Данный вид ответных действий трудно назвать полностью положительным, ведь при уже описанных ожесточениях ограничений, российской экономике будет трудно долго поддерживать стабильное состояние. Это скорее некая подушка безопасности для нее: полноценную защиту не гарантирует, но и серьезных повреждений получить не даст.

Существенным плюсом санкций и ответных на них действий стал вывод многих отечественных компаний из, так называемых, офшоров. Теперь, когда это случилось, деньги, заработанные внутри страны, в ней и остаются, а не выводятся за ее пределы. Это существенно укрепляет экономическое состояние Российской Федерации.

Стоит отметить еще один немаловажный момент противодействия санкциям со стороны РФ. Это попытки отказаться от доллара и применять больше соевей валюты. Зависимость от иностранной валюты особенно сильно влияет на состояние экономики и ее безопасность, а если эта зависимость снизится, то и влияние на решения России, посредством прямого экономического давления, будет меньше.

Исходя из всего вышперечисленного можно понять, что дать точную оценку воздействию санкций на экономическую безопасность РФ достаточно проблематично. Оно, безусловно, негативное, но и свои плюсы оно так же принесло. Руководством страны были приняты решения, которые бы еще долго откладывались на потом, если бы не было санкционного давления на экономику. Чтобы и дальше не сдавать позиции, а также только укреплять состояние экономики России следует продолжать действовать в следующих направлениях: продолжать политику импортозамещения; уделить большее внимание таким отраслям как машиностроение, IT-сектор и другие наименее развитые сектора экономики России; увеличивать степень цифровизации экономики страны; следует продолжить процесс





отказа от доллара; начать попытки использования отечественной валюты в сделках с иностранными партнерами.

Если предпринимать грамотные и своевременные решения, направленные на противодействие санкционному давлению, то можно добиться не только устойчивости российской экономики, но и ее роста и развития, что несомненно положительно скажется на состоянии экономической безопасности Российской Федерации. В столь трудные и непростые времена, как сейчас, особенно необходимо грамотное управление страной. Это поможет не потерять позиции на мировом рынке и сохранить достойное и устойчивое экономическое состояние страны.

**Список использованных источников:**

1. Указ Президента РФ от 13.05.2017 N 208 «О стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» // [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420398070>
2. Выступление и дискуссия на Мюнхенской конференции по вопросам политики и безопасности [Электронный ресурс] // URL: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts/24034>
3. Коробейникова, Е.В. Влияние санкций на экономическую безопасность России / Е.В. Коробейникова, Л.М. Садыкова - Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. - №4. – С. 215.

© Дрюченко С.Д., Сараджева О.В., 2021

**УДК 339**

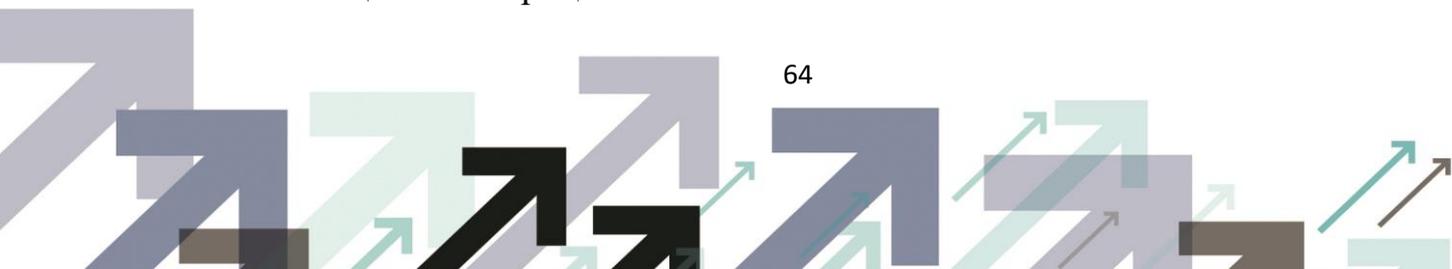
**ОЦЕНКА И АНАЛИЗ СТАТИСТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ  
ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ СТРАН СНГ**

Поливода А.В., Кузьменко С.С.

*Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского, Донецк*

В статье проведен статистический анализ показателей внешней торговли стран-участниц Содружества Независимых Государств (СНГ). Автор анализирует основные показатели внешней торговли стран объединения: внешнеторговый оборот, экспорт/импорт, сальдо торгового баланса, их доли в экспорте, импорте. Сформулированы и обоснованы выводы о состоянии внешней торговли региона.

В современных условиях мировой экономики внешнеэкономическая деятельность стала важнейшим фактором социально-экономического развития каждой отдельной страны и мира в целом, так как ни одно государство не способно развиваться без построения эффективной системы хозяйственных связей с экономиками других стран в условиях протекания глобализационных процессов.





Интеграция стран, сближение и взаимосвязь национальных экономик посредством углубления внешнеторговых отношений и развития внешней торговли составляют отдельный объект для изучения. Этим определяется цель написания данной статьи, которая заключается в выполнении оценки и анализа статистических показателей внешней торговли и их влияния на экономику стран-участниц Содружества Независимых Государств (СНГ).

При оценке внешнеторговой деятельности стран-участниц СНГ важен анализ основных показателей внешней торговли: внешнеторговый оборот (ВТО), экспорт/импорт, сальдо торгового баланса.

Рассмотрим показатели внешней торговли товарами стран Содружества Независимых Государств за 2019-2020 гг. в табл. 1.

Таблица 1 – Внешняя торговля товарами стран Содружества Независимых Государств за 2019-2020 гг., млрд. долл. США. Составлено по данным [1]

Показатели	2019 г.			2020 г.			2020 г. в % к 2019г.		
	всего	в том числе:		всего	в том числе:		всего	в том числе:	
		взаимная торговля стран СНГ	торговля с другими странами и мира		взаимная торговля стран СНГ	торговля с другими странами и мира		взаимная торговля стран СНГ	торговля с другими странами и мира
Внешнеторговый оборот	1047,4	197,2	850,2	900,6	172,5	728,1	86,0	87,5	85,6
Экспорт	607,8	98,4	509,4	496,9	88,1	408,8	81,7	89,5	80,3
Импорт	439,6	98,8	340,8	403,7	84,4	319,3	91,8	85,5	93,7
Сальдо торгового баланса	168,2	-0,4	168,6	93,2	3,7	89,5	-	-	-

Исходя из данных табл. 1, можно сделать вывод о том, что внешнеторговый оборот стран СНГ значительно сократился с 1047,4 млрд. долл. в 2019 году до 900,6 млрд. долл. в 2020 году (-14%). Совокупный объем экспорта интеграционного объединения за исследуемый период снизился на 110,9 млрд. долл. (-18,3%), объем импорта – 35,9 млрд. долл. (-8,2%).

Положительное сальдо торгового баланса отмечается и в 2019 г. (168,2 млрд. долл.), и в 2020 г. (93,2 млрд. долл.). За исследуемый период наблюдается отрицательная динамика внешнеторгового оборота во взаимной торговле стран (-12,5%), так и в торговле с другими странами мира (-14,4%). Объемы экспорта и импорта во взаимной торговле стран СНГ также сократились на 10,3 млрд. долл. (-10,5%) и 14,4 млрд. долл. (-14,5%) соответственно. Объем экспорта с другими странами мира в 2020 г. составил 408,8 млрд. долл., что на 100,6 млрд. долл. меньше по отношению к 2019 г. (-19,7%), а объем импорта снизился на 21,5 млрд. долл. (-6,3%).

Взаимная торговля товарами выступает показателем эффективного и устойчивого функционирования любого интеграционного объединения с



точки зрения торговли и плодотворного влияния на экономику стран-участниц Содружества.

В табл. 2 приведены данные по взаимной торговле товарами со странами-участницами СНГ за 2019-2020 гг.

Таблица 2 – Объем взаимной торговли товарами со странами-участницами СНГ за 2019-2020 гг., млн. долл. США. Составлено по данным [1].

Страна	2019 г.				2020 г.				Темп роста ВТО, %
	ВТО	Экспорт	Импорт	Сальдо	ВТО	Экспорт	Импорт	Сальдо	
Азербайджан	4611	1178	3433	-2255	4108	1306	2802	-1496	89,1
Армения	2494	800	1694	-894	2431	740	1691	-951	97,5
Беларусь	43381	19356	24026	-4670	36140	17843	18297	-454	83,3
Казахстан	26506	10214	16291	-6077	24516	9015	15501	-6486	92,5
Кыргызстан	3123	839	2284	-1445	2859	746	2113	-1367	91,5
Молдова	1852	435	1417	-982	1695	377	1318	-941	91,3
РФ	80379	53420	26959	26461	73412	48547	24865	-23682	91,5
Таджикистан	2521	450	2071	-1621	2358	290	2068	-1778	93,5
Узбекистан	11653	4514	7139	2625	10632	3259	7373	-4114	91,2
Украина	18633	6755	11878	-5123	14356	5935	8421	-2486	77,0
Всего по СНГ	195153	97961	97192	769	172505	88058	84449	3609	88,4

Данные табл. 2 свидетельствуют о том, что в 2019-2020 гг. наиболее крупным торговым партнером всех стран СНГ остается Россия, объем экспорта которой в 2020 г. составил 48,5 млн. долл., а объем импорта – 24,9 млн. долл. На втором месте по экспорту товаров в 2020 г. находится Беларусь, затем идут Казахстан, Украина и Узбекистан. Следует отметить, отрицательное сальдо торгового баланса в 2020 г. наблюдается во всех странах интеграционного объединения. За исследуемый период отмечается отрицательная динамика внешнеторгового оборота как в целом в рамках всего Содружества (-11,6%), так и по каждой стране отдельно. Наименьший отрицательный прирост ВТО можно отметить в Украине (-23%), Беларуси (-16,7%), Азербайджане (-10,9%).

Вклады стран-участниц СНГ в совокупном объеме экспорта/импорта во взаимной торговле товарами (в процентах к итогу по СНГ) распределились следующим образом (см. рис. 1).

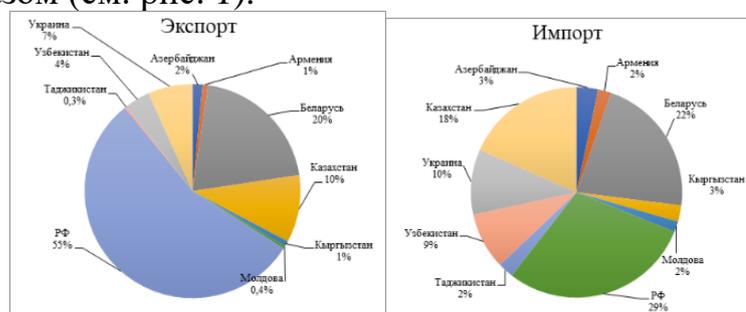


Рисунок 1 – Доля взаимной торговли в общем экспорте/импорте стран СНГ за 2020 г., %



Данные рис. 1 свидетельствуют о том, что наибольшую долю в совокупном объеме экспорта во взаимной торговле стран СНГ имеет Россия, т.к. РФ экспортировала в страны СНГ в 2020 г. 55% общего объема экспорта взаимной торговли стран. За Россией идет Беларусь с долей в размере 20%, затем Казахстан – 10%, Украина – 7%.

Во внутреннем импорте лидирует также РФ с долей в размере 29%, на втором месте находится Беларусь, которая незначительно уступает РФ – 22%, на третьем – Казахстан с долей в размере 18%. Наименьшую долю в совокупном объеме экспорта и импорта в 2020 г. имеют Кыргызстан, Армения, Таджикистан и Молдова.

Таким образом, единственным доминирующим торговым партнером для большинства стран региона, как с точки зрения экспорта, так и импорта остается Российская Федерация. Она играет не менее важную роль в качестве пункта назначения для экспорта, поскольку является крупнейшим рынком среди стран СНГ. Важно отметить, что более крупные страны СНГ, в частности Россия, определяет общую динамику торговли региона.

Приведенные выше статистические данные о взаимной и внешней торговле стран Содружества, ее аналитические оценки, позволяют сделать следующие выводы.

Состояние внешней торговли стран-участниц Содружества в 2020 г. по сравнению с 2019 г. характеризуется значительным снижением основных показателей – товарооборота на 14%, экспорта на 18,3%, импорта на 8,2% и свидетельствует о том, что в 2020 году экономическая активность региона сократилась.

Основной причиной снижения экономической активности интеграционного объединения является кризис COVID-19, который вызвал множество потрясений в экономике стран Содружества. Так, введение карантинных мер в регионе привело к снижению производства почти во всех странах, снижению цен на сырьевые товары, экспортируемые странами СНГ, а также к сокращению потребления из-за введенных ограничений [2]. Экономические перспективы региона неопределенны, преобладают риски снижения. Однако по мере улучшения внешней ситуации и ситуации в области здравоохранения ожидается возвращение роста в регион.

#### **Список использованных источников:**

1. Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cisstat.com>

2. United Nations, World Economic Situation Prospects [Electronic resource]. – Electronic data. – New York, 2021. – Mode access : <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-2021/>

© Поливода А.В., Кузьменко С.С., 2021





УДК 339.375.3

## ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВТОРИЧНОГО РЫНКА ОДЕЖДЫ, ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ В РОССИИ

Путина А.М., Исааков Г.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В статье описана краткая история развития вторичного рынка одежды, обуви и аксессуаров в России и за границей, рассмотрено текущее положение рынка: факторы роста и факторы, его замедляющие, проблемы, связанные с общественными предубеждениями; проанализированы перспективы развития рынка в России.

Вторичный рынок одежды – понятие уже не новое. Начавший свое развитие в 1940-е годы с благотворительного магазина в Англии, куда более состоятельные люди сдавали ненужную им одежду для поддержки французского сопротивления, а затем и просто малоимущих, мировой вторичный рынок одежды значительно вырос и в 2019 году оценивался в 28 миллиардов долларов [1]. Под вторичным рынком одежды подразумевается рынок предметов гардероба (одежды, обуви, аксессуаров), уже бывших в употреблении какое-то время, которые перепродаются в секонд-хенд магазинах традиционной торговли, online-магазинах, на различных онлайн-маркетплейсах (B2C продажи) и с помощью досок объявлений (продажи C2C).

На рынках Европы и США рынок перепродажи (ресейла) предметов гардероба уже довольно хорошо развит, занимает значительную долю, обладает большой привлекательностью для инвесторов и продолжает активно расти. Главные участники здесь – это The RealReal, Rebag, ThredUp, The Luxury Closet, Vestiaire Collective и другие проекты. С 1995 действуют онлайн-площадки eBay, Craigslist, которые во многом способствовали развитию сегмента.

В странах Азии ресейл тоже становится популярным направлением, особенно в Японии, Сингапуре, Корее, Китае. Здесь рынок представлен ресейл-платформами Idle Fish, Secoo, Plum, Zhi Er, Mercari, Ponhu и Feiyu, Rakuten и аукционами типа Yahoo Japan. Спросом пользуются в основном винтажные вещи, в то время как покупка поддержанных вещей масс-маркета расценивается чаще как показатель бедности.

Российский же секонд-хенд рынок начал развиваться после распада СССР, и отношение к нему было особенное. Самая дешевая импортная одежда низкого качества, часто без всякой обработки и сваленная в кучи, продавалась в малооборудованных помещениях – в подвалах, вагончиках,





павильонах, или же просто на рынках и уличных торговых точках, и ни о каких онлайн-продажах не было и речи. Тогда это были обычные барахолки, и общее чувство низкосортности покупок на них и стеснения за это надолго закрепились в сознании людей. Таково было положение вторичного рынка одежды до тех пор, пока некоторые из предпринимателей не заметили, что среди вещей попадаются и качественные, которые при грамотном подходе можно продать дороже, и в начале 21-го века не начали появляться оборудованные торговые помещения со своими складами. Туда уже отбиралась более качественная одежда, без сильных дефектов, которая сортировалась и обрабатывалась, в аккуратном виде предлагалась покупателям в торговых залах.

Как и за границей, набирать популярность в России ресейл начал с появлением онлайн-площадок. В 2007 году начал свою работу сайт объявлений «Авито», который стал аналогом eBay и является главным игроком на российском вторичном рынке, затем в 2015 году появилась «Юла». Первая российская онлайн-платформа для перепродажи люксовых и винтажных вещей Oskelly была запущена только в 2017 году, сейчас этот сегмент также представляют Luxxu, Second Friend Store, Themarket и другие платформы. Согласно данным за 2019 год доля онлайн-маркетплейсов составляет всего 1,2% [2], остальная часть рынка принадлежит традиционным рынкам секонд-хенд и винтажных вещей, отдельным магазинам (Vintage voyage, Relove Moscow) и торговым сетям («Планета секонд-хенд», «Столичный гардероб»), также популярны продажи в сети Instagram.

Основной объем бывших в употреблении вещей поступает за счет импорта (18,4 млн. кг вещей на сумму \$47,4 млн. в 2019 году) [3]. Согласно данным Федеральной таможенной службы, основными поставщиками являются страны Европы: Бельгия (\$8,5 млн.), Белоруссия (\$8,2 млн.), Германия (\$7,6 млн.), Литва, Нидерланды, Польша. Ввозятся эти вещи в основном в Москву (\$26,2 млн.), Санкт-Петербург (\$5,5 млн.) и Ленинградскую область (\$4,5 млн.). Очень маленький показатель экспорта объясняется дефицитом дизайнерской одежды в стране – за последние пять лет экспорт удвоился и составил \$603,2 тыс. в 2018 году, в основном поставки осуществляются в Беларусь и ОАЭ.

Отечественный вторичный рынок одежды, обуви и аксессуаров в последние годы все активнее развивается и по оценкам экспертов в 2019 году составил 100,6 млрд. рублей [2]. Можно выделить несколько основных причин роста. Самой главной из них, пожалуй, является популяризация осознанного потребления и заботы об окружающей среде – молодое поколение здесь главный «двигатель». С развитием тем ответственного потребления, принципов устойчивого развития и этичной моды, которые в России начали активно обсуждаться лишь пару лет назад, появилось



большое количество активистов и приверженцев безотходного производства, отказа от быстрой моды и привязанности к вещам. Если в странах Европы и США основной возраст покупателей – до 24 лет, то в России это в основном женщины до 38 лет. Старшие поколения предпочитают благотворительные фонды или просто выбрасывают вещи [2].

Еще одним сильным импульсом для роста ресейла стали период пандемии коронавируса и последовавший за ним экономический кризис, особенно это отразилось на онлайн-секонд-хенде (за последний год объем продаж в этом сегменте увеличился на 42% [1], российский онлайн-маркетплейс Lixxu отметил рост на 370% [2]). Реальные располагаемые доходы россиян снизились на 3,5% за 2020 год [4], курс рубля также заметно снизился, и желание сэкономить стало самым главным стимулом к переходу на приобретение поддержанных товаров (52% опрошенных [2]).

В этом же кроется причина того, почему российский вторичный рынок одежды развивается не так быстро, как в других странах. Еще пару лет назад винтажные магазины и люксовые секонд-хенды сталкивались с тем, что их посетители ожидали максимально низких цен на вещи, в то время как сами при их продаже хотели получить максимальную выгоду – сейчас такой настрой посетителей все еще порой встречается. С другой стороны, существует конкуренция в виде более дешевого рынка одежды восточных стран, где вместе с экономией люди могут получить совершенно новые вещи. Многие россияне, несмотря на всю популярность ресейла в западных странах, относятся к приобретению «чужих-то» вещей с пренебрежением: 17% считает это показателем бедности, 65% не согласны носить чужие вещи, из них 45% считает это негигиеничным [2]. И именно предубеждения в отношении принадлежности вещей, из-за которой люди не готовы покупать более качественную европейскую одежду по ценам даже ниже цен на китайском рынке, являются одной из главных причин более медленных, чем за рубежом, темпов роста российского ресейла.

Даже среди тех, кто следит за ресейл-проектами в социальных сетях, настроенных на реальные покупки – немного. Для большинства (64%) ресейл ассоциируется с недоверием к продавцу и подлинности вещи (28%), кто-то боится разочароваться, получив вещь качества хуже, чем на фото (25%) [5]. Все это указывает на необходимость предоставления более качественного сервисного обслуживания, которое значительно бы повысило лояльность покупателей, – уже сейчас на рынке появляются проекты, предоставляющие услуги доставки на дом и примерки, онлайн-площадки с системой аутентификации подлинности товаров, площадки, которые берут весь процесс реализации вещей на себя, обеспечивают безопасность сделки, тем самым упрощая задачи бывшим владельцам и покупателям. Развиваются и совсем новые удобные форматы, такие как



Telegram-каналы, гаражные распродажи, совмещенные с культурными мероприятиями: кинопоказами, лекциями, мастер-классами («Эскимо Garage Sale»); становится популярна продажа вещей из гардеробов российских знаменитостей (LOTS, Oskelly).

Несмотря на количество новых проектов, действительно крупных пока нет – для этого нужно больше времени. Помимо небольшого количества продавцов и узкой аудитории тормозят развитие ресейла в России и такие экономические проблемы как рост инфляции, безработицы, резкая девальвация рубля, инвестиционные преграды. При этом сами владельцы ресейл-платформ, магазинов и организаторы проектов единодушны в перспективности направления – большая доля потребителей еще ни разу не пользовалась услугами перепродажи, а это означает высокий потенциал для развития [2, 5], на российских онлайн-маркетплейсах на данный момент происходит лишь 1% всех сделок, и темпы роста у них довольно высокие [6]. Аналитики прогнозируют рост мирового вторичного рынка одежды, обуви и аксессуаров до 64 млрд. долл. США к 2024 году и снижение обычных розничных продаж на 4% [1]. Согласно отечественным прогнозам, российский рынок вырастет до 127,2 млрд. руб. к 2022 году, а доля онлайн-маркетплейсов, специализирующихся на перепродаже предметов гардероба, увеличится до 5,8% от всего оборота рынка ресейла, увеличится и объем сегмента C2C. Пока же на данном рынке существует потенциал сокращения на 3-5% к концу года в условиях пандемии [6].

Таким образом, в настоящее время вторичный рынок одежды, обуви и аксессуаров несмотря на противоречивое отношение населения проходит новый скачок роста, начавшийся с пандемией, как во всех развитых странах, так и в России. Пока размеры рынка относительно небольшие, но вместе с этим отвечает всем запросам потребителей – он представлен как нишевыми проектами и магазинами, так и крупными платформами и онлайн-площадками, где каждый желающий может как продать любой объем вещей, так и найти любой предмет гардероба, будь то винтажное платье, конкретная модель кроссовок или одежда для похода на рыбалку.

#### **Список использованных источников:**

1. 2020 Resale Report / ThredUp – 2021. – 40с.
2. Исследование: к 2022 году оборот российских ресейл-маркетплейсов вырастет в 6,1 раза [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://vc.ru/trade/129336-issledovanie-k-2022-godu-oborot-rossiyskih-reseyl-marketpleysov-vyrastet-v-6-1-raza>
3. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/statistic>
4. Реальные располагаемые денежные доходы населения по Российской Федерации (новая методология) [Электронный ресурс]. –



Электрон. дан. – Федеральная служба государственной статистики – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397>

5. Пярых, Т. Ресеул в России: игрок, тренды, перспективы / Т. Пярых // The Blueprint [Электронный ресурс]. – Электрон. журнал. – 2021. – 1 апр. – Режим доступа: <https://theblueprint.ru/fashion/industry/resejl-v-rossii>

6. Перспективы российского рынка ресейла // Retail&Loyalty [Электронный ресурс]. – Электронный журнал. – 2020. – 8 мая. – Режим доступа: <https://retail-loyalty.org/news/perspektivy-rossiyskogo-rynka-reseyla/>

© Путина А.М., Исааков Г.С., 2021

УДК 339.13

## ИМИДЖМЕЙКИНГ В PR: ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ

Романова А.Д., Тимохович А.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления», Москва*

Достижение бизнес-целей каждого предприятия в современном мире невозможно без грамотного применения маркетинговых инструментов. Большая часть бюджета на продвижение выделяется компаниями на продвижение с помощью рекламы и PR для того, чтобы продукция пользовалась высоким спросом, увеличивалось количество новых лояльных покупателей, а также укреплялись доверительные отношения с новыми клиентами, за счет чего будет расти и число повторных покупок товара [1].

При выходе компании на современный рынок для обеспечения гарантии успешного существования и закрепления компании на рынке недостаточно производить качественный и надежный продукт. Сегодня акцент смещается на продвижение продукта под определенным брендом, который обладает имиджевыми характеристиками, позволяет выстроить долговременные доверительные отношения с клиентом.

Формирование имиджа бренда стоит рассматривать не только как часть брендинга (процесса создания и развития бренда), а как отдельный мощный маркетинговый инструмент, с помощью которого производитель может добиться эффективного продвижения своего продукта, который состоит из совокупности множества атрибутов, способных в различных комбинациях помочь при выводе товара или услуги на рынок.

Имидж бренда – это представление клиентов о торговой марке, которое можно определить как уникальный набор ассоциаций в сознании целевой аудитории [2]. Это восприятие потребителями продукта, непосредственно связанное с тем, как позиционирует себя бренд. Правильно сформированный имидж необходим для того, чтобы подчеркнуть миссию компании и ее ценности для целевых аудиторий.



Сформированный сильный имидж бренда имеет следующие преимущества. Во-первых, достижение увеличения прибыли по мере привлечения к бренду новых клиентов. Во-вторых, более легкое выведение на рынок товаров продуктовой линейки бренда. В-третьих, повышение доверия бренду существующих клиентов, то есть положительное влияние на удержание клиентов. В-четвертых, достижение улучшения отношений между брендом и клиентом [3].

Немаловажную роль в формировании имиджа бренда выполняет бренд-айдентика. Фирменный стиль является неотъемлемой частью современных компаний.

В имидже бренда отражается восприятие бренда представителями целевых аудиторий. Компании в меньшей степени могут контролировать то, каким образом происходит процесс восприятия атрибутов бренда аудиторией. В связи с этим компании стремятся привести имидж бренда в соответствие с желаемой идентичностью бренда.

Рассмотрим, как соотносятся бренд-айдентика и имидж бренда с точки зрения их определений, значения и степени контроля со стороны компании (табл. 1).

Таблица 1 – Имидж бренда VS бренд-айдентика

	Имидж бренда	Бренд-айдентика
Определение	Имидж бренда – это взгляд на торговую марку со стороны целевых аудиторий. В имидже отражается то, как клиенты на самом деле видят бренд на основе своего взаимодействия с ним.	Фирменный стиль представляет собой инструмент представления/экспозиции бренда своим целевым аудиториям.
Степень контроля	У бренда меньше контроля над тем, какой образ создастся в сознании представителей целевых групп.	Фирменный стиль полностью контролируется брендом.
Значение	Восприятие бренда представителями целевых групп.	Идентификация бренда

К основным элементам положительного имиджа бренда относят: логотип, слоган (элементы, которые помогают аудитории идентифицировать и отличить продукт бренда от других продуктов);

презентация и дизайн (визитная карточка, оформление интернет-сайта, форма сотрудников – все эти элементы являются точками контакта с потенциальными клиентами, презентация может оказать большое влияние на решение покупателя сделать выбор в пользу конкретного продукта в дальнейшем);

доступность и четкость информации об организации (степень представленности бренда в интернет-пространстве, доступность информации о продукции, координаты для обратной связи – первое взаимодействие бренда с большинством потенциальных покупателей начинается с ознакомления с информацией о производителе, ассортиментом и прайс-листом. В зависимости от этих точек контакта, степени сложности



ознакомления покупателя с брендом зависит степень лояльности потребителей);

связи с общественностью, реклама (PR и реклама – наиболее важные инструменты, с помощью которых компания может добиться желаемой узнаваемости, познакомить представителей целевой аудитории со своим продуктом, передать мысль о ценностях и миссии своего бренда).

После формирования основных визуальных элементов, создания дизайнерских решений, бизнес-страниц в социальных сетях, при основном взаимодействии с существующими клиентами и привлечении новых клиентов акцент внимания компании смещается на рекламные и PR-инструменты, которые формируют имидж бренда. Результат применения обозначенных инструментов зависит от профессионализма и знаний, которыми обладают специалисты коммуникационного агентства.

Рекламные и PR-инструменты используются для привлечения внимания аудитории к бренду, для формирования положительного имиджа бренда, а также позволяют сформировать эмоциональную привязанность покупателя бренду. Ошибочные действия компании в области маркетинговых коммуникаций способны не только помешать установлению отношений между брендом и аудиторией, но и вызвать отторжение, для устранения которого в дальнейшем может потребоваться намного больше времени и средств.

Рассмотрим примеры кейсов, в рамках которых бренды выстраивали коммуникацию с аудиторией, но получали разные эффекты в зависимости от корректности использования инструментов маркетинговых коммуникаций.

Рекламная кампания, организованная компанией Greenpeace в качестве протеста бренду Nestle, который использовал в производстве своей продукции пальмовое масло, вышла в 2010 году и стала вирусной на видеохостинге Youtube [4]. Видеоролик представлял собой пародию на рекламный ролик бренда Kit Kat, в котором офисный работник открывает батончик Kit Kat только для того, чтобы найти внутри палец орангутанга. Видео предназначалось для того, чтобы показать, как поставки пальмового масла Nestle угрожают орангутангам в Индонезии. Для большей убедительности Greenpeace создал слоган: «Делаете перерыв? Дайте орангутангам отдохнуть». Компания Nestle вместо того, чтобы выступить с комментариями и опровержением данного вызова, отправила запрос Youtube с просьбой удалить видеоролик за нарушение авторских прав. Видеоролик был удален, успев до этого вызвать возмущение широкой общественности. Впоследствии компания Nestle получила большое количество негативных комментариев в социальных сетях, которые также были удалены.



Примером честности и открытости бренда является объявление компании Mars, в котором покупателю рекомендовалось кушать соусы Dolmio и Uncle Ben's только изредка по причине высокого содержания в них соли, сахара и жира. Реакция аудитории была неоднозначной: многие люди сомневались, являлось ли заявление компании «самоубийством бренда» и приведет ли данное заявление к снижению продаж. Однако, многие специалисты по связям с общественностью приветствовали этот шаг, заявив, что он демонстрирует социальную ответственность бренда перед потребителем. В итоге эта новость была воспринята аудиторией достаточно положительно.

Таким образом, вышеупомянутые случаи применения PR как инструмента для создания устойчивого положительного образа бренда показывают, насколько сильное влияние могут оказать инструменты маркетинговых коммуникаций на формирование имиджа.

В заключение сформулируем выводы. Во-первых, открытость правдивой информации о бренде представляет собой лучшую тактику, показывающую уважение бренда своей аудитории и дающую покупателю свободу, возможность делать выбор самостоятельно, что является важным во время изобилия рекламной информации в современном мире. Этот шаг помогает сформировать привязанность бренду у потребителя, но в то же время показывает взаимное уважение между брендом и покупателем.

Во-вторых, если есть сегменты аудитории, которые по ряду причин отрицательно относятся к бренду, для компании важно не игнорировать данный факт. Не всем людям может нравиться политика бренда или его продукция, однако, у бренда всегда есть возможность объяснить свою позицию, а не скрывать определенные факты.

С помощью различных инструментов маркетинговых коммуникаций может быть осуществлено воздействие на формирование или коррекцию имиджа бренда.

#### **Список использованных источников:**

1. Филенко С.С. Особенности маркетинговых стратегий в персональном брендинге // «Реформы в России и проблемы управления 2019: материалы 34-й Всероссийской конференции молодых ученых». – М.: ГУУ, 2019. – с. 161-165.
2. Домнин В.Н. Брендинг. – М: Юрайт, 2021. – 494 с.
3. Гречин Е. Создание брендов: развитие и применение идей Эла Райса на российском рекламном рынке. – СПб.: Питер, 2013. – 208 с.
4. Берг Дж., Берер М. Крутые всегда остаются крутыми. Брендинг для поколения Y. – СПб.: Питер, 2012. – 240 с.

© Тимохович А.Н., Романова А.Д., 2021



УДК 339.92

## ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ КАК ОПОРА НАЦИОНАЛЬНОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Сюй Чжэньпэн

Научный руководитель: Трошин А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Белгородский государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова», Белгород*

В статье представлены результаты исследования развития сферы интеллектуальной собственности Китая: проанализированы общие направления государственного регулирования сферы интеллектуальной собственности; место и роль Китая в мировых рейтингах (рейтинг Всемирной организации интеллектуальной собственности, Глобальный инновационный индекс); деятельность ведущей компании Китая – Huawei – в сфере инновационного развития.

С момента проведения реформ и открытости в Китае наблюдается стремительный прогресс в сфере интеллектуальной собственности. К настоящему времени Китай создал относительно полную правовую систему интеллектуальной собственности в соответствии с преобладающими международными правилами и присоединился почти ко всем основным международным договорам по интеллектуальной собственности.

Понятия «инновации» и «нововведения» следует рассматривать, как синонимичные с одинаковой смысловой нагрузкой, это же относится и к новшеству и новации. Вторая пара понятий отражает документально оформленные результаты интеллектуальной деятельности, которые становятся инновациями или нововведениями, только в случае их практического применения [6].

Правительство придает еще большее значение работе в области интеллектуальной собственности после 18-го Национального конгресса Коммунистической партии Китая. Китайское руководство предприняло ряд важных шагов, включая создание специализированных судов по интеллектуальной собственности, реформу административной системы интеллектуальной собственности, пересмотр соответствующих законов и постановлений, таких как Закон об иностранных инвестициях, Закон о товарных знаках и Закон о патентах, а также усиление административного правоприменения [1].

В конце 2019 года Китай опубликовал ряд заключений об усилении защиты интеллектуальной собственности, в которых содержится 99 новых мер по применению еще более строгой защиты прав интеллектуальной собственности.



В Китае изучили систему защиты интеллектуальной собственности для совместных российских разработок и финансовые условия развития совместных проектов, в том числе между университетами и цифровыми хабами Китая [5].

В Китае инновации заложены в основу национальной модернизации, поэтому значительное внимание уделяется высококачественному развитию и всестороннему усилению юридической защиты интеллектуальной собственности, созданию прочной правовой среды для стимулирования инновационного развития страны.

Основной принцип работы, заложенный в стратегию развития страны – самообеспечение страны и ее самосовершенствование в области науки и технологий.

Инь Юн, заместитель мэра Народного правительства Пекина, на Форуме-2021 по защите интеллектуальной собственности Китая отметил, что «интеллектуальная собственность является важной опорой для превращения Китая в инновационную страну, а также важным полем глобальной конкуренции» [2].

В целом, эффективная защита Китая приносит огромные выгоды иностранным правообладателям каждый год. В 2001 году Китай заплатил лишь 1,9 миллиарда долларов США за лицензионные платежи за интеллектуальную собственность, тогда как в 2019 году эта цифра превысила 34 миллиарда долларов США.

Работа Китая в этой области также получила признание в международном сообществе. Согласно Глобальному индексу инноваций 2019 года, опубликованному Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС), рейтинг Китая повысился с 35-го места в 2013 году до 14-го в 2019 году, и это одна из стран с самым быстрым прогрессом в мире.

Исследование социальной удовлетворенности защитой интеллектуальной собственности в Китае показало, что удовлетворенность предприятий, финансируемых из-за рубежа, в Китае остается выше среднего уровня в течение многих лет подряд.

23 апреля в Пекине прошел Форум-2021 по защите интеллектуальной собственности Китая, на котором было отмечено, что в будущем усилия по развитию интеллектуальной собственности в стране будут активизированы в следующих аспектах: защита интеллектуальной собственности, улучшение правовой системы интеллектуальной собственности, создание схемы работы для комплексной защиты интеллектуальной собственности, содействие равной защите в Китае и за рубежом.

Согласно аналитическому отчету ВОИС[3], Китай в 2019 году впервые занял первую позицию по такому показателю как «количество поданных международных патентных заявок».



По данным 2019 года представители китайских организаций и научные исследовательские сотрудники ведущих университетов КНР подали в ВОИС 58990 патентных заявок, а представители США только подали 57840 заявок.

По словам генерального директора ВОИС Фрэнсис Гарри: «стремительный выход Китая на лидирующие позиции по числу поданных по линии ВОИС международных патентных заявок является одним из проявлений долгосрочного сдвига траектории инноваций в сторону Востока (в 1999 году ВОИС получила 276 заявок из Китая, к 2019 году их число увеличилось до 58990)» [4].

Основным патентным заявителем среди всех IT-компаний уже третий год подряд стала одна из крупнейших мировых компаний в сфере телекоммуникационного оборудования китайская компания Huawei Technologies Co. Ltd. – 4411 заявок. Среди ВУЗов Калифорнийский университет занимает первое место по патентным заявкам (470 заявок), и далее уже входят представители ведущих университетов КНР – университет Цинхуа, г. Пекин (265 заявок) и Шэньчжэньский университет, г. Шэньчжэнь, пров. Гуандун (247 заявок).

На рис. 1 представлен Топ-10 китайских предприятий по патентам на изобретения, выданным в 2019 году (Гонконг, Макао и Тайвань включены).

Позиция	Компания	Объем
1	Huawei Technologies Co. Ltd.	4,510
2	China Petroleum & Chemical Corporation	2,883
3	Guang Dong OPPO Mobile Telecommunications Corp.,Ltd	2,614
4	BOE Technology Group Co., Ltd.	2,393
5	Tencent Technology (Shenzhen) Company Limited	2,146
6	Gree Electric Appliances, Inc. of Zhuhai	1,739
7	Lenovo (Beijing) Co., Ltd.	1,706
8	ZTE Corporation	1,472
9	Vivo Mobile Communications Co., Ltd.	1,388
10	CorporationPetroChina Company Limited	985

Рисунок 1 – Топ-10 китайских предприятий по патентам на изобретения, выданным в 2019 году

Лидер по патентным заявкам – компания Huawei – одна из крупнейших компаний Китая, в 1987 году основана Жэнь Чжэнфэем, является ведущим мировым поставщиком инфраструктуры информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) и интеллектуальных устройств. Миссия компании: «Создаем ценность для наших клиентов. Способствуем развитию отрасли. Стимулируем экономический рост». Видение Huawei – это «полностью связанный интеллектуальный мир» [7].

Huawei работает над созданием открытой экосистемы для сотрудничества в области исследований между отраслью и академическим сообществом. Бизнес должен формировать академические исследования, и



компания активно развивает сотрудничество с университетами и исследовательскими институтами. Эти усилия поддерживают крайне неопределенные инновационные проекты и новые способы повышения эффективности.

Компания строго ориентируется на инновации и инвестиции, является одним из крупнейших в мире инвесторов в сфере исследовательских деятельности и разработки. В своей структуре компания Huawei имеет 36 совместных инновационных центров, 14 научно-исследовательских институтов и центров, 45 учебных центров.

Huawei является основным участником рабочих групп по вопросам надежности в Международной организации по стандартизации (ISO), Секторе стандартизации электросвязи Международного союза электросвязи (ITU-T), Проекте партнерства третьего поколения (3GPP), Европейском институте стандартов электросвязи (ETSI) и других организаций по стандартизации.

Чтобы поддерживать и продвигать развитие индустрии интеллектуальной связи, Huawei реализует три ключевых меры:

постоянные инвестиции в фундаментальные исследования и возможности системной инженерии для разработки ведущих продуктов и решений;

работа со всей отраслью для преодоления проблемы деглобализации и поддержки единого глобального стандарта для отрасли связи;

работа с партнерами по экосистеме над постоянным улучшением решений на основе отраслевых сценариев: экспертным комитетом для продвижения открытости сетевых возможностей и альянсами для совместных разработок (в основном для внедрения инноваций в новых областях, таких как облачные вычисления, 5G и Интернет вещей.).

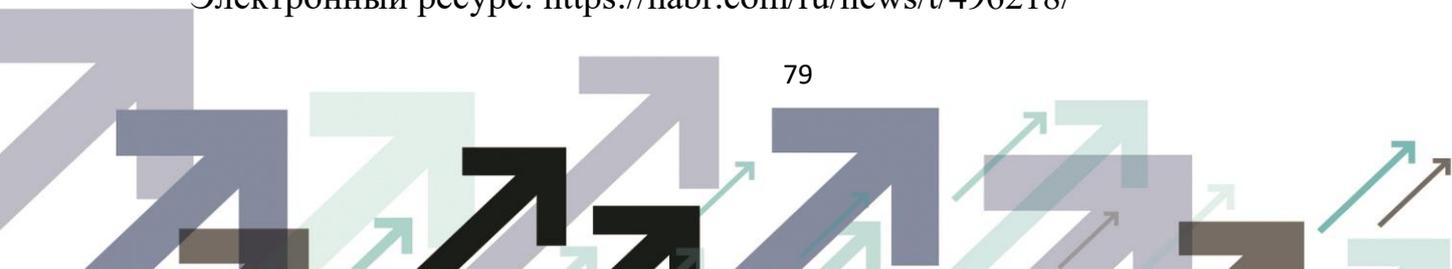
Подводя итог, отметим, что Китай в вопросах интеллектуальной собственности стремительно занял лидирующие позиции, что является результатом четкой и грамотной государственной политики, и ориентируется на рост объектов интеллектуальной собственности не только в своей стране, но и на покорение мирового хозяйства.

#### **Список использованных источников:**

1. World Intellectual Property Indicators 2020. Электронный ресурс: <https://nonews.co/wp-content/uploads/2021/01/WIPO2020.pdf>

2. Китай выходит в лидеры по числу поданных международных патентных заявок в 2019 г. на фоне уверенного роста по таким направлениям, как услуги ВОИС в области ИС, договоры и финансы  
Электронный ресурс: [https://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2020/article\\_0005.html](https://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2020/article_0005.html)

3. Китай в 2019 году впервые опередил США в гонке патентов  
Электронный ресурс: <https://habr.com/ru/news/t/496218/>





4. Китай. Интеллектуальная собственность в цифрах. Электронный ресурс: [https://zakon.ru/blog/2020/06/02/kitaj\\_intellektualnaya\\_sobstvennost\\_v\\_cifrah](https://zakon.ru/blog/2020/06/02/kitaj_intellektualnaya_sobstvennost_v_cifrah)

5. Трошин, А. С. Ключевые тренды и перспективы российско-китайского партнерства в области инновационного развития / А. С. Трошин, Ч. Сюй // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 4. – С. 58-63.

6. Трошин, А. С. К вопросу об определении понятия "инновации" / А. С. Трошин, М. Н. А. Неджад // Инновационное развитие - от Шумпетера до наших дней: экономика и образование : Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции, Калуга, 01–02 октября 2015 года. – Калуга: Общество с ограниченной ответственностью "Научный консультант", 2015. – С. 297-299.

7. Официальный сайт компании Huawei Электронный ресурс: <https://www.huawei.com/en/corporate-information>

© Сюй Чжэньпэн, 2021

УДК 339.9

## ТЕНДЕНЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Темирбулатова И.Р., Рыбасова М.В.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский Федеральный университет», Ставрополь*

В статье приведены определение понятия «внешнеэкономическая деятельность», ее основных форм, цели внешней торговой политики. Рассмотрены сравнительные показатели товарооборота России за 2019-2020 и 2020-2021 гг. Рассмотрен анализ эскортируемых товаров из России за 2018-2019 гг. В результате определена динамика внешней торговли России и ее тенденции.

Внешнеэкономическая деятельность представляет собой совокупность внешнеторговой, инвестиционной и другой деятельности, включая производственную кооперацию, в области международного обмена товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности.

Составной частью внешнеэкономической деятельности является внешнеторговая деятельность, которая регулируется при помощи внешнеторговой политики. Внешнеторговая политика является главным инструментом развития экономики страна, так как состоит из ряда мероприятий, способствующих улучшению позиций страны на мировой арене [2, с. 98].

Выделяют следующие цели внешнеторговой политики: совершенствование отдельных отраслей экономики и экономики в целом; укрепление национальной валюты; снабжение страны необходимыми



ресурсами; увеличение конкурентоспособности; достижение равновесия в платежном балансе; обеспечение независимости, как в политической сфере, так и в экономической [1, с. 83].

Основные формы внешнеторговой деятельности:

экспорт – продажа товаров или оказание услуг в других странах;

импорт – ввоз товаров на территорию страны из-за рубежа;

реэкспорт – вывоз из страны товаров, которые были ранее в нее ввезены, с целью их продажи в другие страны;

реимпорт – ввоз в страну товаров, которые были ранее вывезены из нее, без уплаты ввозных таможенных пошлин, налогов.

Изучим результаты товарооборота России за несколько сравнительных периодов для того, чтобы определить тенденции внешнеэкономической деятельности. Рассмотрим период с 2019 по 2021 года.

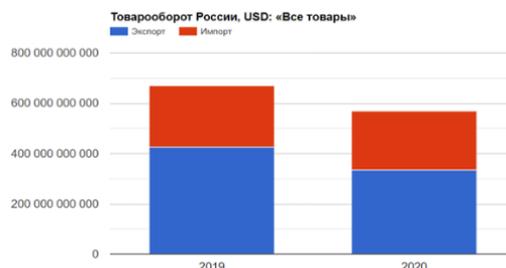


Рисунок 1 – Анализ товарооборота России за 2019-2020 гг. [3]

Из рис. 1 видно, что доля экспорта за 2020 год сократилась по сравнению с 2019 годом на 88,07 миллиардов долларов (изменившись на 21%). Доля импорта также сократилась на 12,92 миллиардов долларов, или на 5%.

Рассмотрим итоги внешней торговли России сравнительно с февраля 2020 по февраль 2021.



Рисунок 2 – Товарооборот России 2020-2021 гг. [3]

По данным, предоставленным на рис. 2, можно сделать вывод, что доля экспорта из России за февраль 2021 г. составил 29 миллиардов долларов, уменьшившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 0,3%. Также стоит отметить, что доля экспорта из России в 2019 года по сравнению с 2018 также уменьшилась на 6% (табл. 1).



Таблица 1 – Сравнительный анализ эскортируемых товаров из России за 2018-2019 гг. [3]

Основные экспортируемые товары	2018 (млрд., \$)	2019 (млрд., \$)	Сравнительный анализ (%)
Минеральные продукты	242,7	226,9	6
Скрытый раздел	63,7	55,9	12
Металлы и изделия из них	43,9	37,6	14
Продукция химической промышленности	19,5	19,3	1
Драгоценности	10,1	15,3	51
Машины, оборудование и аппаратура	14,1	14,6	4
Продукты растительного происхождения	12,2	9,91	19
Древесина и изделия из нее	9,03	8,6	5
Пластмассы, каучук и резина	6,34	6,09	4
Продукты животного происхождения	5,09	5,67	11
Все остальные	23,2	24,6	6
Итого:	449,8	424,5	6

Таким образом, проанализировав данные товарооборота России: экспорта и импорта, можно выделить 2 тенденции:

сокращение доли экспорта из России за период с 2018 года по февраль 2021 года;

сокращение общего товарооборота России за период с 2018 по 2020 года.

**Список использованных источников:**

1. Мантусов В.Б., Внешнеэкономическая деятельность : учебник / Российская таможенная академия. – Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2018. – 303 с.

2. Н.П. Шевелева, Е.А. Корякина, Н.С. Кулакова, Управление внешнеэкономической деятельностью в условиях новой индустриальной экономики : учебное пособие : Юнити-Дана:

3. Итоги внешней торговли России: Экспорт и импорт по товарам и странам, - электронный интернет-источник (ru-stat.com)

© Темирбулатова И.Р., Рыбасова М.В., 2021



УДК 338.1

## АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА ARMANI GROUP

Трубицына А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет», Омск*

В статье приведен пример успешных систем маркетинга и менеджмента в крупнейшей компании фэшн-индустрии. Рассмотрены каналы связи с потребителями и структура управления компании.

На сегодняшний день компания Armani является второй по величине фэшн-корпорацией в Италии, и одним из самых узнаваемых брендов в мире. Но чтобы вывести компанию на такой уровень, необходимо ежедневно проделывать колоссальную работу.

Вне всяких сомнений в современном мире ни одной компании не обойтись без маркетологов. За рекламную политику компании отвечают племянницы Армани Сильвана и Роберта, которые считаются главными наследницами модельера. Именно они продвигают товары в массы, благодаря различным каналам связи, таким как социальные сети, реклама на ТВ и других площадках. Данная группа единолично принадлежит дизайнеру, что обеспечивает ему определённую свободу в выборе и осуществлении маркетинговых стратегий и задач. Важную роль в разработке и применении маркетинговых стратегий сыграли ключевые приоритеты, которым уделялось особое внимание. Таковыми являются:

1. Развитие производственных мощностей
2. Диверсификация портфеля компании
3. Расширение и увеличение сети розничных магазинов

Стоит также отметить четвёртый аспект деятельности компании – дизайн. Таким образом, её творческое направление, брендинг, коммуникации с потребителем и розничная торговля продуктами бренда всецело контролируются дизайнером-владельцем.

Что интересно в данном комплексе брендов и их рыночном позиционировании, так это учёт компанией основных потребительских сегментов и умение сделать их эксклюзивными, несмотря на ориентированность каждого из них на разные целевые аудитории. Дистрибуция осуществляется посредством оптовых каналов, деятельность которых составляет примерно 50% общего торгового оборота группы. Данный подход способствует проникновению продукции на мировой рынок благодаря привлечению дистрибьюторов, желающих обладать годовым запасом готовой продукции. Такие дистрибьюторы подвергаются строгим процедурам проверки. Giorgio Armani Group стремится использовать стратегии вирусного маркетинга. К примеру, бренд «Giorgio Armani»



спонсирует ряд спортивных событий, а также шьёт костюмы для футболистов и менеджеров футбольного клуба «Челси», а «AJ Armani Jeans» привлекает к своим рекламным компаниям мировых звёзд спорта и кино, таких как Дэвид Бекхэм, Рафаэль Надаль и Меган Фокс. Стоит также отметить, что каждый бренд группы обладает узнаваемым и легко распознаваемым логотипом. Сама же маркетинговая система бренда опирается на портфельный подход, что помогает руководству контролировать как родительский бренд, так и суббренды. Компания позиционирует себя как компанию рационального использования сырья, что, несомненно, является плюсом для репутации в современных условиях. В Armani Group осознают, что ответственное использование природных ресурсов, защита окружающей среды и уважение к интересам жителей регионов, в которых осуществляет свою деятельность компания, являются обязательными требованиями для организации международного уровня. По этой причине Armani Group, которая всегда смотрит в будущее, уже некоторое время участвует в разработке важных проектов, соответствующих передовым международным принципам сочетания экономической рациональности с социально-экологической ответственностью

В качестве стратегии управления компания использует портфельный подход, то есть управление происходит сразу всем ответвлениями бренда, как класса люкс, так и более бюджетным сегментом. Самое же главное, по мнению самого дизайнера, – «вертикально интегрированный подход, когда мы самостоятельно контролируем все аспекты дизайна, производства, дистрибьюции и ритейла. Это самая правильная стратегия для долгосрочного процветания бренда». По сей день Джорджио является и генеральным директором, и председателем совета директоров, и президентом компании, аргументируя это так: «Мне не нужны гении рядом», то есть всё руководство над компанией сосредоточено в одних руках.

Принимая во внимание все вышесказанное, можно смело сказать, что выбранные компанией направления как в стиле руководства, так и в стратегии ведения маркетинга являются достаточно успешными. В 2018 году инвестиции Armani Group выросли на 28% до 106 млн. евро. В период с 2019-2020 компании объявила о существенном снижении продаж, однако руководство заявило, что они ожидают возобновление роста продаж в связи с последними изменениями внутри бренда и сегментацией продукции. Система портфельного подхода позволяет успешно руководить всеми направлениями бренда, в каждой нише, при этом позволяя не терять узнаваемость бренда и показатели. На мой взгляд, модераторы сайта <http://www.armani.com> ведут успешную политику продвижения интернет маркетинга. Они активировали все сервисы, включая рассылку,



контекстную и баннерную рекламу. Достоинством предложенной в данной статье модели матричной структуры портфеля является совместимость модели и с моно- и с мультибрендовыми принципами формирования самого портфеля. В качестве направлений для дальнейшего совершенствования предложенной модели могут выступать: определение условий для успешного перехода бренда из категории «развивающийся бренд» в категорию «генератор прибыли» и понимание закономерностей жизненного цикла дизайнерских брендов. Такая система менеджмента выбранная главой корпорации позволяет ему контролировать все этапы производства и регулировать процессы управления во всех структурных подразделениях, собственно и вся ответственность за принятие решений и будущее компании лежит на одном человеке, но у такой системы несомненно есть свои плюсы и минусы, однако пока компания успешна, то можно смело сказать, что такой способ управления является эффективным.

#### **Список использованных источников:**

1. Удачная стратегия маркетинга на примере Giorgio Armani Group. – Текст : электронный // МирЗнание : [сайт]. – URL: <http://www.razovski.com/node/1099>

2. Андреева, А. Н. Портфельный подход к управлению дизайнерскими фэшн-брендами / А. Н. Андреева // Журнал «Российский журнал менеджмента». – 2006. – Т. 4, № 3.

3. ПОЛИТИКА ARMANI GROUP В ОБЛАСТИ РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ И СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ. – Текст : электронный // ARMANI : [сайт]. – URL: <https://www.armani.com/experience/ru/corporate/social-responsibility/>

4. Александр, Губский "Мне не нужны гении рядом" / Губский Александр. – Текст : электронный // Sostav.ru : [сайт]. – URL: <https://www.sostav.ru/articles/2002/06/18/tov180602/>

© Трубицына А.С., 2021

УДК 339.727.24

## **МЕЖДУНАРОДНОЕ РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО ХОЛДИНГА «КОМПАНИЯ БКС»**

Филатов А.В.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева», Самара*

В статье приведены результаты исследования влияния на финансовые показатели брокерского департамента компании БКС от предоставления клиентам прямого доступа к торгам на Азиатские биржи, а также приведены





потенциальная прибыль компании и доходность от инвестирования в ценные бумаги Азиатских компаний.

В ноябре 2020 года Департаментом инвестиционных финансовых посредников (структура ЦБ РФ) была сделана оценка общего объема активов как физических, так юридических лиц, находящихся на брокерском обслуживании [2]. Анализ проводился на основании полученных от крупнейших брокерских компаний (как банков, так и некредитных финансовых организаций) данных об объеме и структуре активов на брокерских счетах. Проанализирована статья журнала Forbes о доступе к иностранным площадкам [4]. Такие сведения позволяют лучше понять общее состояние рынка брокерских услуг в России, в частности степень заинтересованности со стороны населения услугами данного сектора.

Объем активов на брокерском обслуживании по всем участникам рынка по состоянию на 30.09.2020 составлял 12,7 трлн. рублей. Из них 6,2 трлн. руб. находится в некредитных финансовых организациях (НФО) и 6,6 трлн. руб. – в кредитных организациях (КО). Из 12,7 трлн. руб. активов на брокерском обслуживании 6,7 трлн. руб. (53%) принадлежит физическим лицам, 6,0 трлн. руб. (47%) – юридическим лицам. За 9 месяцев 2020 года активы на брокерском обслуживании в совокупности увеличились на 1,8 трлн. рублей. При этом активы физических лиц возросли на 1,2 трлн. руб., а юридических лиц – только на 0,6 трлн. рублей. Графически информация представлена на рис. 1.

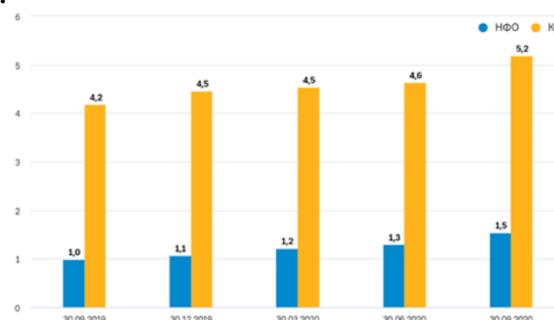


Рисунок 1 – Динамика активов физических лиц на брокерском обслуживании (по отрасли в целом), трлн. руб.

Делаем вывод, что количество денежных средств физических лиц в 2020 году на брокерских счетах выросло примерно на 35% по отношению к 2019 году.

В результате опроса [7], проведенного среди клиентов брокерских компаний, выявлено, что у 54% респондентов нет доступа к торгам на Азиатских рынках, а 23% ответили, что не знают про такой доступ. При этом 16% явно выразили интерес к прямому доступу, 34% ответили возможный интересен, если доступ появится у брокера и 20% склоняются к торгам на Азиатских биржах при такой возможности. Схематично информация представлена на рис. 2.

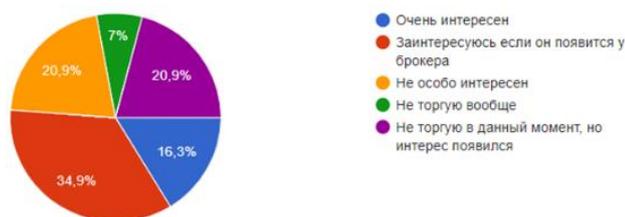


Рисунок 2 – Насколько Вам интересен доступ к Азиатским биржам?

Интерес коррелирует с объёмом торгов на мировых биржах, именно последние несколько десятков лет биржи Азии выглядят перспективно и количество сделок увеличивается из года в год. По прогнозам Британского Центра экономических и деловых исследований (CEBR) [8], именно Китай станет ведущей экономикой мира к 2028 году. На рис. 3 следует обратить внимание на объёмы торгов за 2020 год на Шеньчженской (SZSE) и Шанхайской биржах (SSE).

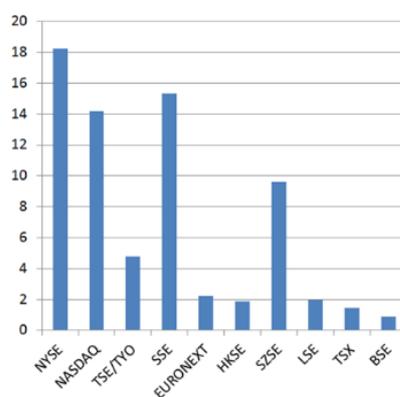


Рисунок 3 – Объём торгов на мировых фондовых биржах.

На основании официальной информации «Компания БКС» не имеет доступа на Азиатские биржи [1]. На взгляд автора данной статьи опрометчиво не иметь прямого доступ к торгам на азиатских площадках для физических и юридических лиц при столь бурно растущем рынке инвестирования [6]. Предоставление доступа позволит увеличить клиентскую базу, привлечет дополнительный капитал и это будет фундаментальным конкурентным преимуществом [3].

Приведем расчеты потенциальной доходности при инвестировании в Азиатские ценные бумаги, а также упущенную выгоду. Для расчета потребуется информация из опроса клиентов: размер среднего чека, частота и объём сделок, процент портфеля занимаемый ценными бумагами, которые можно будет купить при прямом доступе на Азиатских биржах. При этом брокерских счетов в России открыто более 11 млн., из них 79,1% активных счетов (была совершена сделка минимум один раз). Исходя из опроса клиенты будут интересоваться примерно в 70% случаев торгами ценных бумаг на Азиатских биржах. Согласно полученной информации можно произвести примерный расчет упущенной выручки приведенной в табл. 1.



Таблица 1 – Расчет упущенной выгоды, \$

	Процент совершающих сделок клиентов (из активных 79,1% – 8.701.000)			
	Каждый день, 8,8%	Каждый месяц, 23,5%	Каждый квартал, 38%	По мере необходимости, 6%
Количество клиентов	765.688	2.044.735	3.306.380	522.060
Оборот, год (средний чек \$3280) [5]	2.511.456.640	6.706.730.800	10.844.926.400	1.712.356.800
Комиссия от оборота (0,05%)	1.255.728	3.353.365	5.422.463	856.178

Расчеты показывают, что потенциальная упущенная выручка только от предоставления доступа к торгам физических лиц в год составляет 10.887.734 долларов США. Помимо этого стоит учитывать сопутствующие сборы, комиссии и вознаграждения брокера, управляющей компании и от других сервисов на данном направлении (Автоматическое следование, услуга Персональный брокер, Страхование рисков).

Расчет потенциальной доходности за последний год показывает следующую картину: индексы Шанхайской (SSE) и Шеньчженской бирж (SZSE) выросли на 18,8% и 26,6% соответственно. При инвестировании за последний год биржи показали внушительный рост доходности.

Приведенные факты и расчеты отображают реальную картину происходящего. Сформированные устои и порядки меняются со временем. Если в конце XX столетия западный мир не обращал внимания на развитие восточных стран и бирж, то спустя достаточно короткое время пальма первенства фактически поменялась местами. Мы живем в век цифровизации, молниеносного распространения информации и растущих возможностей. У нас есть все средства улучшить качество своей жизни. Достаточно предоставить к ним доступ.

**Список использованных источников:**

1. Официальный сайт финансового холдинга БКС, [www.bcs.ru](http://www.bcs.ru)
2. Официальный сайт Центрального банка РФ, [https://www.cbr.ru/analytics/rcb/broker\\_market/#1](https://www.cbr.ru/analytics/rcb/broker_market/#1)
3. Интернет-платформа VC.ru для предпринимателей и высококвалифицированных специалистов малых, средних и крупных компаний, <https://vc.ru/finance/142749-reyting-brokerov-rossii-2020-goda-sravnenie-semerki-luchshih>
4. Интернет-журнал Forbes, <https://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/357651-investicii-bez-granic-kak-poluchit-dostup-k-inostrannym-birzham-iz>
5. Официальный сайт Московской биржи, <https://www.moex.com/ru/spot/members-rating.aspx?rid=115>



6. Рейтинговое агентство Barron`s,  
<https://www.barrons.com/articles/the-best-online-brokers-for-2020-51582291801>

7. Интернет-опрос «Доступ к Азиатским рынкам»,  
<https://forms.gle/N49TJR5eKL2eTL8BA>

8. Статья официального сайта Британского Центра экономических и деловых исследований (CEBR), <https://cebr.com/reports/china-daily-lead-story-nation-set-to-be-largest-economy-in-2028/>

© Филатов А.В., 2021

УДК 339.9

## МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА В ЭПОХУ ПОСТПАНДЕМИИ

Чапанова А.М., Усачева А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Пандемия COVID-19 спровоцировала экономический кризис, а также кризис в сфере здравоохранения как в мире в целом, так и в экономике отдельных стран. А это, в свою очередь, усугубило неопределенность и страх в отношении ожидаемых последствий пандемии для мировой экономики [1].

Чтобы сдержать экспоненциальное распространение вируса, страны мира приняли различные меры, начиная от полной изоляции, закрытия границ, введения карантина, ограничения поездок и полного закрытия предприятий [2]. Это привело к сокращению предложения товаров и услуг, усугубленному паническим накоплением запасов и обвалом спроса из-за самоизоляции людей [3]. Но самое главное, к чему привела пандемия, – это огромный рост спроса на медицинские товары [4]. Эксперты в сфере здравоохранения сразу выдвинули ряд рекомендаций в качестве первой линии защиты в целях сокращения распространения коронавируса, такие как маски для лица, частое мытье рук, социальное дистанцирование и самоизоляция.

Эти меры имеют последствия для бизнеса по всему миру. Коронавирус привел к экономическим издержкам и, несомненно, может вызвать беспрецедентный экономический спад во всем мире.

В разгар пандемии мировая экономика прошла низшую точку кризиса, и в ведущих странах мира начался экономический рост. Этот рост, как и кризис, по-разному развивался в экономиках США, ЕС и Китая. Во время пандемии в результате локдауна практически одновременно во всех странах произошли скачкообразный рост безработицы и спад производства. В странах-членах ОЭСР безработица подскочила с 5,2% в феврале до 8,5%





в апреле, в США – с 3,5% в феврале до 14,4% в апреле, в Китае – с 5,3% в январе до 6,2% в феврале. В Китае и эпидемия, и экономический кризис начались раньше, чем во всех остальных странах, соответственно, экономика начала расти раньше.

Так как в Китае начался подъем, и рост во II кв. по сравнению с I кв. составил 11,5% – то в целом, по результатам 2020 г., Китай выйдет на положительные темпы роста 2-3%. В США и Европе рост начался в III кв., и по итогам года экономики этих стран не достигнут предкризисного уровня.

Такие результаты были обусловлены не только развитием пандемии, но и, в меньшей степени, действиями правительств. Меры правительств были направлены на поддержку как занятости, так и производства. Главный вопрос во второй половине года, звучал так – в каком объеме и как долго правительства смогут продолжать эту политику. В европейских странах, где была оказана наибольшая поддержка занятости, безработица росла и продолжает расти очень медленно и, скорее всего, продолжит расти, что будет одним из факторов медленного выхода из кризиса.

Конечно же наиболее пострадавшими от пандемии оказались отрасли, предполагающие непосредственный контакт между людьми, то есть услуги. В этой связи наиболее развитые страны, в экономике которых велика доля сферы услуг, оказались под наибольшим ударом. В Великобритании доля услуг – 71,3%, падение ВВП – 20,4%. Во Франции доля услуг – 70,2%, падение ВВП – 13,8%; в Италии услуги – 66,3%, падение – 12,8%; в Германии услуги – 62,4% (большая доля промышленности), падение – 9,7%; в России услуги – 54%, падение – 8,9% [5].

Разрушительное социально-экономическое воздействие пандемии COVID-19 в ближайшие годы будет остро ощущаться практически во всем мире. Надежное и устойчивое восстановление мировой экономики, по мнению экспертов ООН, возможно лишь в том случае, если будут обеспечены соответствующие нынешнему сложному положению инвестиции в экономическую, социальную и климатическую устойчивость на планете. Об этом говорится в новом докладе, подготовленном экономистами ООН.

В 2020 году мировая экономика сократилась на 4,3 процента, что более чем в два с половиной раза больше, чем во время глобального финансового кризиса 2009 года. Ожидаемое в 2021 году умеренное восстановление в размере 4,7 процента едва ли компенсирует убытки предыдущего года, говорится в обнародованном сегодня Всемирном экономическом отчете ООН.

Развитые страны, где в текущем году прогнозируется рост производства примерно на 4 процента, во время пандемии пострадали очень ощутимо: в 2020 году их экономики сократились в среднем на 5,6 процента.



Падение главным образом произошло из-за вынужденных остановок на производстве и в сфере услуг, а также из-за преждевременных мер жесткой экономии, способных лишь еще более усложнить положение. Что касается развивающихся стран, то там, согласно оценкам, представленным во Всемирном экономическом отчете ООН, наблюдалось менее серьезное сокращение темпов экономического развития – 2,5 процента, с ожидаемым восстановлением на 5,7 процента в 2021 году.

Аналитики международной консалтинговой компании Boston Consulting Group (BCG) описали новую экономическую реальность, которая продолжит существование и после эпохи пандемии коронавируса.

Так, эксперты считают, что мир ждет новый виток цифровизации. В частности, произойдет развитие онлайн-экономики. Кроме того, государство стало «подушкой безопасности» для граждан и бизнеса, произошел рост доверия к институтам и возникновение новых форм ГЧП на региональном уровне.

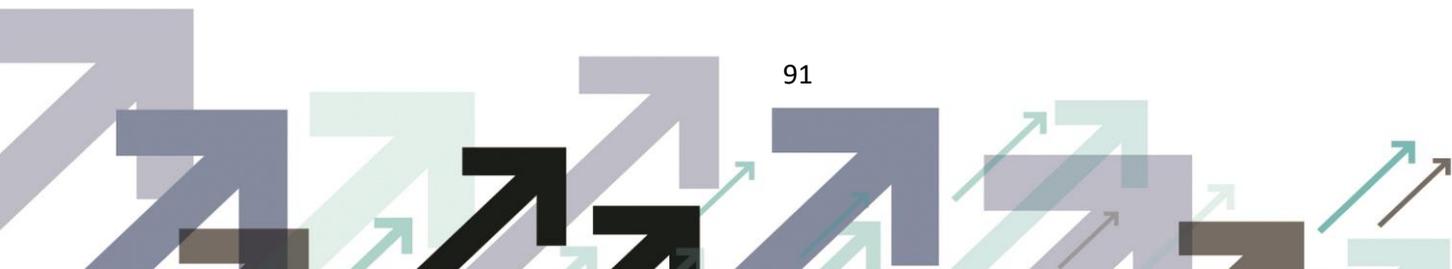
В период пандемии повысилась мобильность сотрудников, гибкость работы, в приоритете стали охрана труда и здоровье персонала. Появились новые модели поведения, которые характеризуются большим вниманием к здоровью, готовностью пожертвовать личной свободой на благо себя и общества. Специалисты считают, что эта тенденция сохранится и дальше.

При этом в производстве произошла локализация цепочек поставок, повысилась устойчивость к кризисам, развились дистанционные методы управления. Однако в то же время появились и новые международные барьеры, например, контроль цепочек поставок критически важных товаров и передвижения людей, существенное замедление глобализации и временный спад в мировой торговле.

Ранее специалисты описали изменения, которые ждут мегаполисы в эпоху постпандемии. Эксперты считают, что из-за коронавируса произойдут значительные изменения в торговле, городском планировании и транспорте. Кроме того, больше граждан захотят переехать за пределы больших городов.

Государственная экономика будет только расширять свои позиции, и в этих условиях на первый план выйдут вопросы занятости, минимального гарантированного дохода, создания единой государственной ИТ-инфраструктуры. Для решения таких задач необходимы устойчивый бюджет и его стабильное наполнение за счет налоговых поступлений.

Если катаклизмы, подобные вспышке COVID-19, начнут повторяться и государство продолжит бороться с ними исключительно денежными методами, то откуда взять столько денег? А если для их получения продавать облигации правительства своему и чужим Центральным банкам, то, как долго это может продолжаться?





Просто надо помнить, что главный государственный долг не облигации, а деньги – доллары, евро, йены. И если к ним будет утрачено доверие, то погасить очередной кризис уже точно не получится.

**Список использованных источников:**

1. Торкановский Е.П. Автаркия 2.0: глобальная экологическая повестка, пандемия COVID-19 и новая нормальность // Экономические отношения. – 2020. – Том 10. – № 3. – С. 663-682.
2. Кулькова И.А. Адаптация поведения предпринимателей к вызванному пандемией коронавируса изменениям // Экономика, предпринимательство и прав. – 2020. – Том 10. – № 10. – С. 2529-2540.
3. Дробот Е.В., Макаров И.Н., Назаренко В.С., Манасян С.М. Влияние пандемии COVID-19 на реальный сектор экономики // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Том 10. – № 8. – С. 2135-2150.
4. Осама Али Маер, Мун Д.В., Фатма Джиха Ответные меры на пандемию COVID-19: экономика и здравоохранение экономически развитых и развивающихся стран // Экономические отношения. – 2020. – Том 10. – № 4.
5. <https://www.imemo.ru/>.

© Чапанова А.М., Усачева А.С., 2021

УДК 339.9(075.8)

**МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ:  
ТЕОРЕТИЧЕСКИ АСПЕКТ**

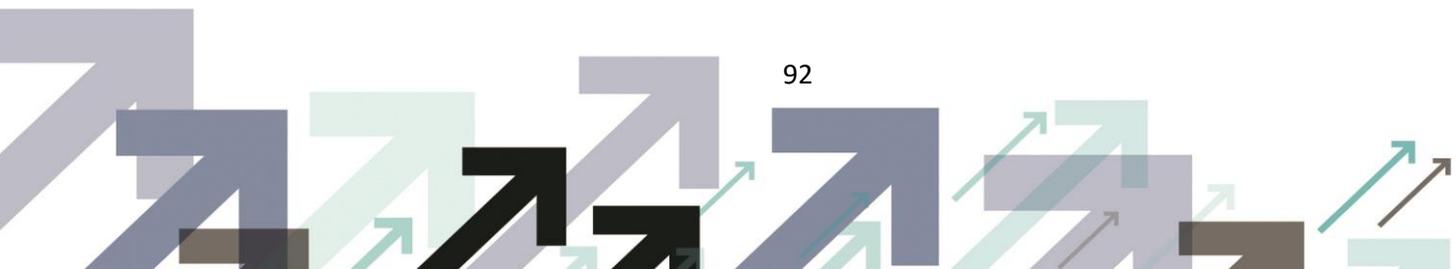
Шукаева А.А.

*Среднерусский институт управления*

*– филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Орел*

В данной статье представлена история возникновения и формирование мирового хозяйства, международных экономических отношений и международного разделения труда. Описаны этапы развития мировой экономики и ее характерные черты, а также формы международных экономических отношений. Статья содержит информацию о показателях, определяющих уровень развития стран.

Экономика – это наука о ведении домашнего хозяйства. Она неразрывно связана с производством, потреблением и распределением товаров и услуг. Поэтому исследование экономических процессов, их взаимосвязей и последствий является одной из важнейших задача всего человечества. Возрастающая роль экономической сферы в жизни общества послужило мощным толчком для появления и развития мировой торговли.





В наше время экономика каждой отдельной страны напрямую зависит от состояния мировой экономики в целом.

Мировая экономика – это сложная система, связывающая национальные экономики всех стран с помощью международного разделения труда и международных экономических отношений. Мировая экономика начала развиваться еще до нашей эры при помощи передвижения товаров и услуг между странами. Ее развитию способствовали географические открытия и появление новых средств транспорта и связи. Так в конце XIX века появился международный рынок, который функционировал как система торговых, экономических, финансовых и кредитных отношений.

В развитии мирового хозяйства можно выделить три основных этапа. Первый этап (1914-1950 гг.) связан с началом первой мировой войны, развалом международных отношений между странами, а затем их медленным восстановлением. Второй этап (1950-1979 гг.) характеризуется появлением транснациональных корпораций, началом обмена знаниями и технологиями между странами. Третий этап (1980 – по настоящее время) – это этап активного перехода стран к постиндустриальному развитию.

Так появилась современная мировая экономика, которая реализует сотрудничество между странами и имеет следующие определенные черты:

мировое хозяйство существует как целостная система, предполагающая тесное взаимодействие всех ее компонентов;

целью мировой экономики является удовлетворение потребностей населения всех стран мира;

мировая экономика представляет собой многоуровневую систему; количество компонентов системы постоянно растет.

В современном мире нельзя найти такое государство, которое не зависит от мировой экономики и международных экономических отношений, оказывающих существенное влияние на их экономическое развитие. Международные экономические отношения – экономические отношения между различными странами, международными корпорациями и другими субъектами мировой экономики по поводу производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг.

Субъектами международных экономических отношений являются различные страны, физические и юридические лица, которые участвуют в международной торговле, а также международные компании, банки и транснациональные корпорации. Объектами мировой экономики являются товары и услуги, перемещающиеся между различными государствами.

Международные экономические отношения имеют множество форм, таких как продажа товаров и услуг между странами; движение капиталов между странами; миграция трудоспособного населения; обмен научными и



техническими разработками между странами; совместное решение глобальных проблем и другие.

Международные экономические отношения опираются на международное разделение труда. Смыслом международного разделения труда является специализация стран на создании конкретных товаров и услуг, для производства которых в данном государстве созданы все условия и на их производство оно тратит меньше финансов, чем другие государства. Для того чтобы такая система разделения труда успешно функционировала, различным странам нужно налаживать, поддерживать и укреплять отношения друг с другом.

Побуждением к развитию международного разделения труда послужили следующие факторы:

увеличение потребностей стран в товарах, которые изготавливаются в странах, имеющих для этого все условия;

неспособность стран удовлетворить все потребности своего населения;

рост значения обмена знаниями и технологиями между различными народами.

Выделяют три типа международного разделения труда: общий, частный и единичный. Общий тип обуславливает межотраслевой международный обмен, а также обмен в добывающей и обрабатывающей отрасли. Частный тип международного разделения труда способствует развитию международной торговли готовой продукцией различных отраслей производства. Последний единичный тип представляет специализацию на отдельных производственных этапах и стадиях технического цикла.

Международная кооперация является обратной стороной международного разделения труда. Она является историческим процессом, который характерен для всех способов производства.

Международная кооперация имеет несколько ключевых особенностей:

долговечность и прочность экономических отношений между участниками;

существование конкретного плана производства продукции и использование единых норм качества;

наличие договора между партнерами, который регулирует отношения между ними;

прочная взаимосвязь с внешней торговлей.

Международная кооперация труда направлена на налаживание крепких связей между странами, производящими продукцию, и странами, покупающими данные товары, а также способствует снижению издержек и позволяет.



В настоящее время роль развития экономических отношений между странами крайне важна. Уровень международных отношений указывает на рост масштабов международной торговли; переходе двухсторонних отношений в многосторонние; обмен знаниями в научной сфере и новейшими техническими разработками; быстрое развитие сферы услуг; возрастание миграции среди трудоспособного населения; ускорение процесса интеграции экономик государств.

Главной чертой современных международных экономических отношений является стремление к сотрудничеству, взаимопониманию и взаимопомощи. В истории существует множество примеров, отражающих важность сплоченности между народами и странами. Например, события Великой Отечественной войны, когда различные народы и государства объединились в борьбе с врагом. Или событие 2020 года, появление вируса от которого нет лекарства, объединило страны в поиске вакцины, способной защитить людей.

Российская Федерация располагает всеми условиями для развития производства, науки, медицины и образования. Территория РФ богата полезными ископаемыми, земным и водными ресурсами. Но, к сожалению, данные факторы не способствуют увеличению эффективности производства. Люди уезжают учиться и работать за границу, где созданы более привлекательные условия для их трудовой и учебной деятельности.

Причины, послужившие созданию такой ситуации и оказывающие негативное влияние на экономику Российской Федерации, состоят в следующем:

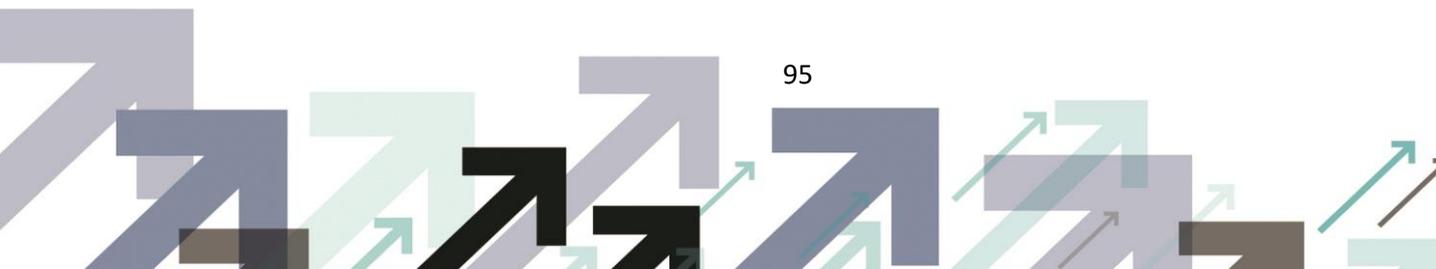
вместо разрушенной социально- плановой экономики не было создано такой же эффективной экономической системы;

распад Советского Союза, а вместе с ним и внутрисоюзных связей, негативно сказался на нашей экономике;

«утечка мозгов» является серьёзной проблемой нашей страны, тормозящей развитие научно-технического сектора.

В последние годы ситуацию осложнили санкции, наложенные на Россию. Они сильно ударили по экономическому благосостоянию населения страны. Правительство РФ приняла все необходимые меры для устранения данной проблемы, но до конца устранить все проблемы не вышло.

Российской Федерации важно улучшить существующую экономическую систему и внедрить новейшие технологии во все отрасли производства. Также важно наладить и укрепить экономические отношения с другими странами. Эти мероприятия помогут развитию экономики РФ, а также улучшать её финансовое состояние и снизят миграцию ценных рабочих кадров.





### Список использованных источников:

1. Булатов, А.С. Мировая экономика и международные экономические отношения. Полный курс (для бакалавров) / А.С. Булатов и др. - М.: КноРус, 2018. - 352 с.
2. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник для бакалавров / Под ред. В.Б. Мантусова. - М.: Юнити, 2015. - 447 с.
3. Мировая экономика и международные экономические отношения. Конспект лекций. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kartaslov.ru/книги/>
4. Мировая экономика и международные отношения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spravochnick.ru/mirovaya>

© Шукаева А.А., 2021

УДК 65.016: 339.9.012

## РАЗРАБОТКА И ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ АПРОБАЦИЯ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Хамадеева В.Н.

*Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет», Донецк*

Настоящее исследование посвящено разработке и апробации методики оценки развития субъектов внешнеэкономической деятельности. Автор дает свою интерпретацию развитию внешнеэкономической деятельности, которое рассматривается как результат экономических, внешнеэкономических, социальных и экологических процессов, происходящих в среде предприятия и определяющих его положение на зарубежных рынках. Разработана методика оценки развития субъектов внешнеэкономической деятельности и на основе ее экспериментальной апробации обоснованы направления, требующие внимания со стороны руководства промышленного предприятия.

В современных условиях положение предприятий на внешних рынках является квинтэссенцией осуществления ними целенаправленных и необратимых изменений, в результате которых хозяйствующие субъекты переходят в новое и более совершенное состояние. Этот переход, именуемый развитием, должен быть комплексным, системным, многосторонним и гармоничным, т.е. охватывать важнейшие сферы экономической жизни. Поэтому сейчас недостаточно просто анализировать занимаемую долю внешнего рынка. Развитие внешнеэкономической деятельности как многогранный феномен требует тесной связки с показателями экономического, социального и экологического





благополучия. Вот почему представляется необходимым предложить руководящему звену новую версию методики оценки развития, на основе которой будут приниматься управленческие решения по обеспечению прогрессивных качественных изменений внутри промышленных систем и укреплению их положения в границах принимающих государств.

Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие задачи:

1) определить исходный (априорный) перечень частных критериев анализируемой синтетической категории развития субъектов внешнеэкономической деятельности ( $x_1, x_2, \dots, x_n$ ), определяющих их положение на внешних рынках;

2) перейти к унифицированным шкалам  $[0; 1]$  в измерении частных и интегральных критериев, отражающих развитие предприятия и его внешнеэкономической деятельности с тем, чтобы значение «нуль» соответствовало самому низкому уровню, а значение «единица» – самому высокому;

3) предложить методику исчисления индикаторов (интегральных критериев) развития предприятия и многокомпонентного показателя развития.

Сводные показатели весьма широко используются в теории и практике изучения различных социально-экономических явлений [1-3]. Главное, чтобы они отражали реальную ситуацию и несли в себе ценность для лиц, принимающих решения.

Итак, предлагаемый ниже индекс развития субъекта ВЭД, обозначаемый далее IP, должен дать обобщенное количественное выражение определенного ряда индикаторов и показателей, отражающих положение дел в экономической, внешнеэкономической, социальной и экологической сферах. Его конструкция будет выглядеть следующим образом (рис. 1)

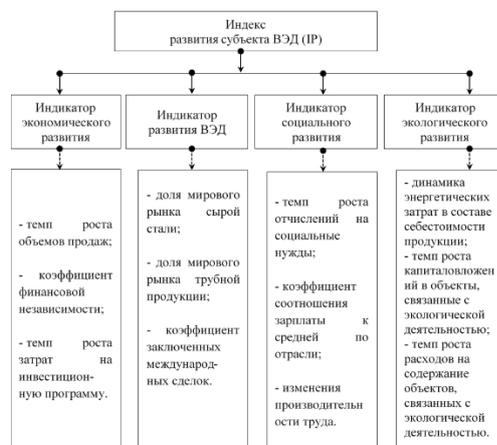


Рисунок 1 – Иерархическая система статистических показателей и индикаторов развития субъектов ВЭД



Предложенная группа показателей имеет различную природу. Типичный пример – это темп роста выручки, который представлен в процентах, и коэффициент финансовой независимости. Поэтому для свертки их в индикаторы, а затем итоговый индекс преобразуем абсолютные показатели в относительные с помощью приема нормализации [4].

$$X_n = \frac{x - x_{\min}}{x_{\max} - x_{\min}} \quad (1)$$

где  $X_n$  – нормализованное значение показателя;  $x_{\max}$  и  $x_{\min}$  – максимальное и минимальное значения на множестве  $x$ .

Затем следует установить весовые коэффициенты, отражающие значимость, относительную важность каждого индикатора в общей конструкции Индекса развития предприятия. Здесь следует комбинировать математические способы с экспертными оценками и логическими рассуждениями (табл. 1).

Таблица 1 – Весовые значения индикаторов развития ( $\lambda_j$ )

Индикаторы развития промышленного предприятия	Вес в группе ( $\lambda$ )
Экономическое развитие	0,424
Развитие внешнеэкономической деятельности	0,394
Социальное развитие	0,152
Экологическое развитие	0,030

Поскольку развитие должно быть сбалансированным и многогранным, то статистические показатели, наполняющие каждый из индикаторов развития, следует признать равнозначными по весу.

Далее проведем диагностику развития предприятия и его внешнеэкономической деятельности согласно разработанной авторской методике. Информационной базой выступают годовые отчеты и финансовая отчетность ПАО «ТАГМЕТ» за последние 5 лет (табл. 2).

Используя прием нормализации и весовые коэффициенты рассчитаем индикаторы экономического, внешнеэкономического, социального и экологического развития согласно формуле (2):

$$I_p = (x_{i1} \cdot d_{i1}) + (x_{i2} \cdot d_{i2}) + (x_{i3} \cdot d_{i3}) \quad (2)$$

где  $I_p$  – индикатор развития конкретной сферы бизнеса;  $x_{i1}$ ,  $x_{i2}$  и  $x_{i3}$  – нормализованные значения показателей в группе;  $d_{i1}$ ,  $d_{i2}$  и  $d_{i3}$  – весовые коэффициенты для нормализованных показателей в группе.

Покажем на примере индикатора экономического развития порядок расчета (3-6):

$$I_{э2016} = (0,037 \cdot 0,333) + (0,714 \cdot 0,333) + (0,800 \cdot 0,333) = 0,517 \quad (3)$$

$$I_{э2017} = (1,000 \cdot 0,333) + (0,1000 \cdot 0,333) + (0,1000 \cdot 0,333) = 0,999 \quad (4)$$

$$I_{э2018} = (0,963 \cdot 0,333) + (0,286 \cdot 0,333) + (0,533 \cdot 0,333) = 0,593 \quad (5)$$

$$I_{э2019} = (0,148 \cdot 0,333) + (0,000 \cdot 0,333) + (0,933 \cdot 0,333) = 0,360 \quad (6)$$

Аналогичным образом проводится расчет других предложенных в методике индикаторов развития (рис. 2).



Таблица 2 – Информация для расчета показателей развития ПАО «ТАГМЕТ» за 2016-2020 годы [5]

Показатели	di	2016	2017	2018	2019	2020	Изменения 2020/2016 (+; -)
Показатели экономического развития ( $\lambda - 0,424$ )							
Темп роста объемов продаж, %	0,333	0,96	1,22	1,21	0,99	0,95	-0,02
Коэффициент финансовой независимости	0,333	0,15	0,17	0,12	0,10	0,10	-0,05
Темп роста затрат на инвестиционную программу, %	0,333	0,99	1,08	0,87	1,05	0,63	-0,36
Показатели развития внешнеэкономической деятельности ( $\lambda - 0,394$ )							
Доля мирового рынка сырой стали, %	0,333	0,06	0,06	0,06	0,03	0,03	-0,03
Доля мирового рынка трубной продукции, %	0,333	1,93	1,47	1,38	1,35	1,47	-0,46
Коэффициент заключенных международных сделок	0,333	0,07	0,06	0,05	0,05	0,07	0,0
Показатели социального развития ( $\lambda - 0,152$ )							
Темп роста отчислений на социальные нужды, %	0,333	0,99	1,04	1,15	1,04	1,03	0,05
Коэффициент соотношения зарплаты к средней по отрасли	0,333	0,72	0,72	0,77	0,78	0,78	0,06
Изменения производительности труда, %	0,333	1,02	1,28	1,24	1,00	0,95	-0,07
Показатели экологического развития ( $\lambda - 0,030$ )							
Динамика энергетических затрат в составе себестоимости продукции, %	0,333	1,15	1,07	1,00	1,00	0,98	-0,17
Темп роста капиталовложений в объекты, связанные с экологической деятельностью, %	0,333	3,21	2,42	0,16	1,45	1,30	-1,90
Темп роста расходов на содержание объектов, связанных с экологической деятельностью, %	0,333	1,12	1,10	1,18	1,31	1,03	-0,09



Рисунок 2 – Динамика индикаторов развития ПАО «ТАГМЕТ», 2016-2020 годы

Проведенные расчеты демонстрируют замедление развития ПАО «ТАГМЕТ», что произошло за счет снижения темпов экономического роста, сокращения активности на внешних рынках и «проседания» экологической сферы. В частности, имело место резкое сокращение затрат на инвестиционную деятельность – на 699390 тыс. руб. в 2020 г. по сравнению с 2015 г. В целом, изменение ситуации по интегральным индикаторам в 2020 г. по сравнению с 2015 г. достаточно существенно (рис. 3).

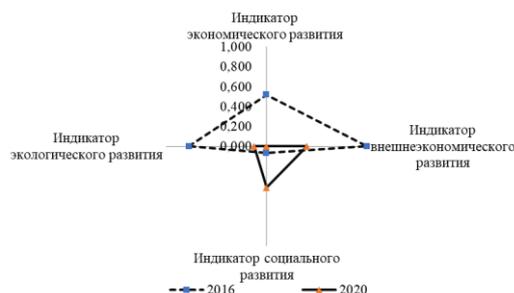


Рисунок 3 – Проекция индикаторов развития ПАО «ТАГМЕТ», 2016 и 2020 годы

Базовая идея, на которую опирается предложенная в работе методика, состоит в разработке общего композитного показателя, который будет служить ориентиром для лиц, принимающих решение о развитии предприятия и его ВЭД. Именно таким свойством обладает Индекс развития, исчисляемый как сумма 4-х интегральных критериев (рис. 4).

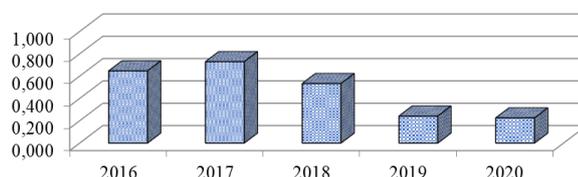


Рисунок 4 – Динамика Индекса развития ПАО «ТАГМЕТ», 2016-2020 гг.

Расчеты показали, что имеет место падение Индекса развития ПАО «ТАГМЕТ», что требует принятия незамедлительных управленческих решений. В сфере внешнеэкономической деятельности необходимо нарастить присутствие на внешних рынках за счет трубной продукции, в частности бурильных, а также нефте- и газопроводного назначения. В экономической сфере следует осуществить модернизацию производства с целью повышения качества металлопродукции, используемой для изготовления труб. Экологическую составляющую можно улучшить за счет повышение экологической эффективности технологических процессов.

В целом, к развитию промышленного предприятия и укреплению его положения на внешних рынках подходить комплексно, т.е., принимая меры по выравниваю всех граней проекции. Именно при таком подходе будут наблюдаться прогрессивные изменения, именуемые развитием.

#### Список использованных источников:

1. Айвазян С.А. Россия в межстрановом анализе синтетических категорий качества жизни населения // Мир России. – 2001. – № 4. – С. 59-96.
2. Руткевич М.Н., Левашов В.К. О понятии интеллектуального потенциала и способах его измерения // Науковедение. – 2000. – № 1. – С. 49–65.
3. Стеблянская А.Н., Ванг Джен, Клейнер Г.Б., Брагина З.В., Денисов А.Р. Система финансового устойчивого роста 2030 на примере газовых



компаний РФ и КНР // Финансы: теория и практика. – 2019. – № 23. – С. 6-23.

4. Ногин В.Д. Линейная свертка в многокритериальной оптимизации // Искусственный интеллект и принятие решений. – 2014. – № 4. – С. 73 – 82.

5. ПАО «ТАГМЕТ» URL.: <https://tagmet.tmk-group.ru/> (дата обращения: 04.04.2021).

© Хамадеева В.Н., 2021

УДК 339.9

## ПРОЦЕСС РАЗВИТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА РОССИИ И СЕВЕРО-ВОСТОЧНОГО КИТАЯ

Юйхань

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов», Москва  
Педагогический университет Внутренней Монголии Хух-хото, Китай*

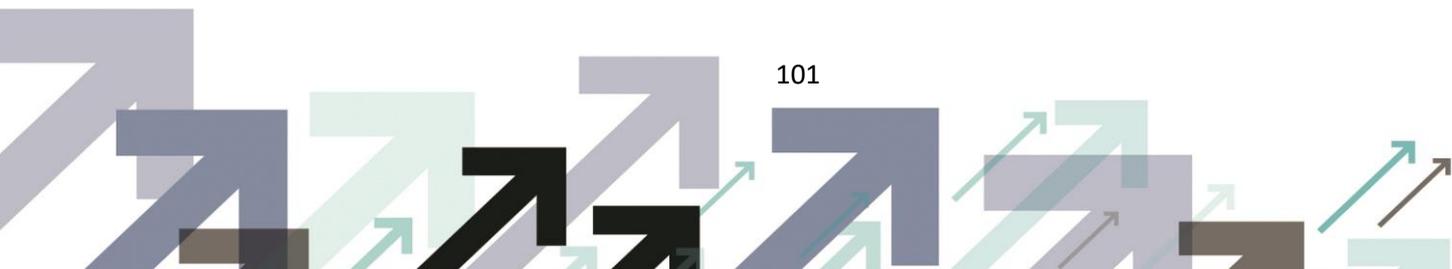
Китай и Россия – важные участники и активные проводники сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе. В статье в основном анализируются процесс развития и перспективы экономического сотрудничества Дальнего Востока России и Северо-Восточного Китая. В магистерской работе в основном использовались методы исследования - наблюдение и сравнительный анализ.

Процесс развития экономического сотрудничества Дальнего Востока России и Северо-Восточного Китая.

(1) 18-19 века в период Российской империи.

По мере непрерывной экспансии Российской империи возрастала роль развития Дальнего Востока во внешнеэкономических связях. Команда экспедиции, принявшая правительственный заказ, все чаще проводит экспедиции и инспекции на Дальнем Востоке, что углубляет понимание правительством России политических и экономических условий на Дальнем Востоке и привлекает внимание России к этому региону. В то же время обе страны рассматривают друг друга как объекты, имеющие большое значение для их национальной безопасности. Чтобы усилить управление и контроль над этой территорией, царский режим и цинское правительство Китая проводили иммиграционную политику на Дальний Восток и Северо-Восток соответственно, которая оказывает положительное влияние на внутреннее экономическое развитие двух стран.

(2) Вторая половина XX века.





С момента основания Нового Китая в 1949 году экономическое сотрудничество в приграничных портах Северо-Восточного Китая с Россией вступило в новый исторический период. К концу 20 века его можно условно разделить на начальную стадию, стадию ухудшения и стадию застоя, а также этап восстановления и развития. В первые дни основания Нового Китая в 1949 году из-за ряда политических мер, таких как военное окружение, политическая изоляция и экономическая блокада, наложенные западными капиталистическими странами на Новый Китай, Китай избрал внешнюю стратегию «склонения к одной стороне». 14 февраля 1950 г. Китай и Советский Союз подписали такие договоры, как «Договор о советско-китайской дружбе, союзе и взаимной помощи» сроком на 30 лет. Заключение этих договоров имеет позитивное значение для восстановления национальной экономики моей страны и экономического строительства, которое ждет своего процветания, включая стабильность ситуации на Дальнем Востоке и развитие экономических и торговых отношений. В то же время финансовая и техническая помощь, оказанная Советским правительством Китаю, многие проекты были реализованы на Северо-Востоке, заложили основу для современного промышленного строительства Китая и сыграли особенно важную роль в восстановлении экономики и развитии Северо-Восточного Китая. Благодаря устойчивому развитию хороших отношений между Китаем и Советским Союзом, торговые отношения между двумя странами также в определенной степени укрепились. Однако с созывом 20-го Всекитайского съезда Коммунистической партии Советского Союза в 1956 году Китай и Советский Союз имели разные мнения по некоторым принципиальным вопросам, и возникли внутренние споры и противоречия. Это китайско-советское противостояние длилось более двух десятилетий и в конечном итоге привело к полному распаду китайско-советского союза. Китайско-советская приграничная торговля была прервана в 1967 году.

В 80-е годы международная обстановка демонстрировала тенденцию к мирному развитию. Китай осуществил реформы и открытость в 1978 году; Горбачев, новый генеральный секретарь Коммунистической партии Советского Союза, находившийся у власти в 1985 году, провел «дипломатию нового мышления» во внешней политике и выздоровел на основе пяти принципов миролюбия. Сосуществование более 20 лет. В апреле 1986 года Китай и Советский Союз подписали принципиальное соглашение о взаимном сокращении вооруженных сил и мерах по повышению доверия в военной области в приграничных районах двух стран. стран, решен вопрос о взаимном доверии на приграничных территориях. Уровень китайско-советского торгового сотрудничества постепенно восстановился по мере нормализации политических отношений между двумя странами: в 1991 г. Советский Союз распался, и китайско-



советские отношения были реализованы. Политический уровень двух стран был повышен до стратегического партнерства, ориентированного на XXI век. К 2000 году объем двусторонней торговли между Китаем и Китаем впервые превысил 8 миллиардов долларов США.

С начала 21 века

16 июля 2001 г. Китай и Россия подписали «Китайско-российский договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве» сроком на 20 лет. С тех пор китайско-российское торгово-экономическое сотрудничество было официально гарантировано национальной политической и дипломатической системой и стало одним из важных направлений двустороннего стратегического сотрудничества. В 2009 году правительства Китая и России официально подписали «План планирования китайско-российского инвестиционного сотрудничества» и более 200 ключевых проектов задействованы в строительстве и преобразовании портовой и приграничной инфраструктуры, парков сотрудничества, трудовых услуг, туризма, гуманитарных наук и охраны окружающей среды.

Перспективы развития экономического сотрудничества Дальнего Востока России и Северо-Восточного Китая

Россия придает большое значение созданию зон опережающего социально-экономического развития и стремится популяризировать его в других регионах Российской Федерации. Sirius Holding Group в провинции Хэйлуцзян, Китай, является первой китайской компанией, пользующейся политикой зоны передового развития.

Если преимущества производственных мощностей Китая могут быть использованы для фактического расширения китайско-российского сотрудничества в области производственных мощностей и производства оборудования, это поможет углубить взаимовыгодное сотрудничество между Китаем и Россией и будет способствовать региональному экономическому и социальному развитию.

Для России особенно важно активизировать экономическое сотрудничество со странами Северо-Восточной Азии, особенно с Китаем. Одновременное осуществление возрождения старой промышленной базы в Северо-Восточном Китае и развитие Дальнего Востока России дает редкую возможность для интерактивного развития соседних регионов Китая и России: Реализация стратегии также является исторической возможностью для крупномасштабного развития Дальнего Востока России. Из вышеизложенного следует, что Китай и Россия должны воспользоваться преимуществами взаимодополняемости географии и ресурсов, а также воспользоваться преимуществами строительства зоны опережающего социально-экономического развития на Дальнем Востоке, чтобы существенно продвинуть экономическое сотрудничество в приграничных районах между Китаем и Россией.



### Список использованных источников:

1. Татценко К. В. Тенденции экономического взаимодействия Дальнего Востока России и Северо-Востока Китая. Владивосток: Дальнаука. 2006.

2. Ишаев В. И. Дальний Восток России: долгосрочные перспективы сотрудничества в Северо-Восточной Азии. Хабаровск: ДВО РАН, 2000.

© Юйхань, 2021

УДК 332.1

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ ЦВЕТНОЙ МЕТАЛЛУРГИИ УРАЛЬСКОГО РЕГИОНА И ВЛИЯНИЕ НА НЕЕ МЕР ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ

Амеличева Д.В., Панфилова Е.С., Семенова Е.А.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», Екатеринбург*

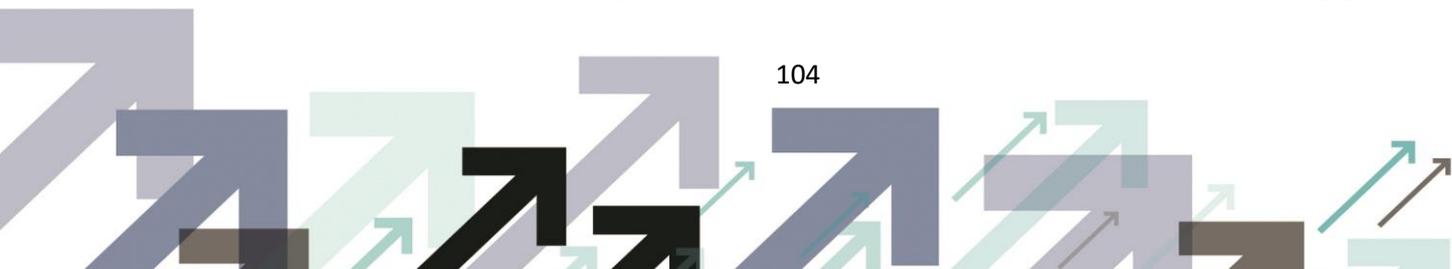
Эффективность хозяйственной деятельности крупных промышленных предприятий является важным фактором, определяющим характер социально-экономического развития территорий, на которых они расположены.

В связи с этим, на наш взгляд, сравнение ключевых показателей деятельности крупных предприятий цветной металлургии Уральского региона станет репрезентативным примером, иллюстрирующим ситуацию, складывающуюся в отрасли цветной металлургии на протяжении последних нескольких лет.

Металлургический комплекс – это основа промышленности, фундамент машиностроения, обеспечивающего научно-технический прогресс, базовая отрасль, вносящая второй по важности вклад в экономику России.

Отраслевой сегмент цветной металлургической промышленности представлен такими ведущими компаниями России и Уральского федерального округа как ОАО «Уральская горно-металлургическая компания», АО «Русская медная компания».

В связи с тем, что цветная металлургия в большей степени подвержена влиянию мировой конъюнктуры в сравнении с черной металлургией, государственная поддержка этой отрасли способна определяющим образом сказываться на ее развитии и эффективности. Правительство Российской Федерации, осознавая весомость изменений мировой конъюнктуры для металлургии – в особенности, цветной, в 2016 году утвердило Проект стратегии развития металлургической промышленности до 2030 года [1].





Крупные металлургические холдинги оказывают существенное влияние на экономику России, поэтому государство заинтересовано в поддержании экономической стабильности, а в некоторых случаях и роста таких компаний, как РМК и УГМК. В связи с чем рассматриваемые нами компании являются объектом оказания мер государственной поддержки.

Только за последние 4 года государство выдало РМК и УГМК льготных целевых кредитов на сумму более, чем 30 млрд. руб. В частности, в 2020 году было подписано соглашение между «Сбербанком России», ВЭБ.РФ и группой УГМК о предоставлении Корбалихинскому полиметаллическому месторождению в Алтайском крае, разработкой которого занимается УГМК, кредита в размере 24 млрд. руб. [2].

А в 2016 году Росэксимбанк предоставил льготный кредит РМК в рамках государственной программы «Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта», организованной при поддержке Министерства промышленности и торговли Российской Федерации [3].

Более того, в 2019 году РМК заключила меморандум о сотрудничестве с Газпромбанком, Сбербанком и госкорпорацией ВЭБ.РФ.

Кроме этого, в 2019 году Фонд развития Дальнего Востока выдал АО «РМК» льготный долгосрочный заем на строительство горно-обогатительного комбината на Малмыжском медном месторождении.

Кроме того, обе компании внесены в список системообразующих предприятий, и, следовательно, каждая из них может претендовать на кредит по льготной ставке, субсидии на возмещение затрат, отсрочку уплаты налогов и авансовых платежей по ним, а также на госгарантии, необходимые для реструктуризации существующих или выдачи новых кредитов и облигационных займов.

Так же у обеих корпораций подписано Соглашение о социально-экономическом сотрудничестве со Свердловской областью, в рамках которого Правительством области приняты и реализуются программы комплексного развития МО на территории присутствия предприятий УГМК и РМК, предусматривающих реализацию инвестиционных проектов развития предприятий Холдингов и развитие социальной инфраструктуры городов для создания комфортных условий проживания жителей городов и поселков.

Перейдем к анализу деятельности УГМК и РМК. В первую очередь, проанализируем активы корпораций.

Сравнивая капиталы данных компаний (рис. 1 и 2), авторы отметили, что УГМК обладает большей величиной активов, чем РМК. Также, отличается и структура активов: у УГМК в структуре активов преобладают внеоборотные активы, у РМК – оборотные. При этом обе компании демонстрируют рост капитала за счет увеличения внеоборотных активов и отрицательную динамику чистых активов.



Также у обеих компаний коэффициент автономии не соответствует норме ни в одном из рассматриваемых периодов, что может свидетельствовать о финансовой неустойчивости предприятий. Но при этом УГМК показала нормативное значение коэффициента текущей ликвидности в 2019 году – возможно, в 2020 году сохранится тренд на нормативное значение.

Финансовый показатель	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012
Чистые активы	4 997 508	10 335 831	12 042 017	7 894 853	3 989 721	14 476 552	13 720 348	13 584 562
Коэффициент автономии (норма: 0,5 и более)	0.02	0.1	0.11	0.08	0.05	0.18	0.17	0.18
Коэффициент текущей ликвидности (норма: 1,5-2 и выше)	2	0	0	0	0	0	0	0

Рисунок 1 – Финансовые показатели деятельности УГМК

Финансовый показатель	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012
Чистые активы	(282 845)	(6 407 963)	2 868 306	(1 728 000)	(5 685 000)	105 000	7 092 000	7 196 000
Коэффициент автономии (норма: 0,5 и более)	-0	-0.06	0.04	-0.03	-0.11	0	0.23	0.3
Коэффициент текущей ликвидности (норма: 1,5-2 и выше)	0.9	0.7	1.2	1.3	0.9	1.3	1.5	1.5

Рисунок 2 – Финансовые показатели деятельности РМК

Перейдем к сравнению выручки и прибыли УГМК и РМК. Судить об изменении финансовых результатов организации за последние годы можно по следующим показателям, приведенным на рис. 3 и 4.



Рисунок 3 – Анализ финансовых результатов УГМК



Рисунок 4 – Анализ финансовых результатов РМК

Компании имеют совершенно разное соотношение выручки и прибыли, так выручка РМК показывает ежегодные рост и превосходит выручку УГМК, но при этом до 2019 года чистая прибыль УГМК превосходила данный показатель РМК, так же ни в одном из



рассматриваемых нами периоде УГМК не показывала убытков, а у РМК такой опыт есть, причем происходит он с некоторой периодичностью. В 2019 же году чистая прибыль РМК в несколько раз выше этого же показателя УГМК. Таким образом, можно охарактеризовать УГМК как стабильно развивающуюся корпорацию, а РМК – как более инвестиционно-рискованное предприятие, несмотря на то что выручка РМК в 2018 и 2019 годах была наибольшей в отрасли.

Рассмотрим также и некоторые коэффициенты, характеризующие финансовое положение предприятий. Авторы сравнили финансовые показатели ОАО «Уральская горно-металлургическая компания» и АО «РМК» со всеми российскими предприятиями аналогичного масштаба деятельности. В сравнении использованы российских организаций с выручкой свыше 2 млрд. руб. Результаты произведенного исследования приведены в табл. 1.

Таблица 1 – Анализ финансовых коэффициентов УГМК и РМК

Показатели	АО «РМК», 2019 г.	ОАО "УГМК", 2019 г.	Общероссийские показатели, 2019 г.		
			Существенно хуже среднего	Среднее значение (медиана)	Существенно лучше среднего
Коэффициент автономии	-0,06	0,1	≤0,07	0,24	≥0,53
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,86	-10475,19	≤-0,14	0,06	≥0,31
Коэффициент покрытия инвестиций	0,31	0,19	≤0,16	0,44	≥0,72
Коэффициент текущей ликвидности	0,83	0	≤1,02	1,3	≥2,1
Коэффициент быстрой ликвидности	0,79	0	≤0,6	0,94	≥1,43
Рентабельность продаж по EBIT	-5,55%	34002%	≤1,03%	3,63%	≥9,8%
Норма чистой прибыли	-11,98%	29671%	≤0,25%	1,76%	≥6,39%
Рентабельность активов	-7,64%	5,66%	≤0,65%	4,29%	≥12,6%
Оборачиваемость оборотных активов, в днях	395	257	≥202	121	≤70,9
Оборачиваемость активов, в днях	571	1914961	≥336	177	≤92,3

В целом же обе компании занимают первые места в своих отраслях и по активам, и по выручке. При этом коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, коэффициент покрытия инвестиций, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент быстрой ликвидности у обеих корпораций, во-первых, ниже нормативных, а, во-вторых, гораздо хуже средних по отрасли. Это может свидетельствовать о некой финансовой неустойчивости данных предприятий и невозможности платить по обязательствам в срок. Также у обеих компаний очень



длительный период оборачиваемости активов, что свидетельствует о том, что организации распоряжается всеми имеющимися активами намного менее эффективно, чем три четверти других сопоставимых хозяйствующих субъектов.

Рассмотрим эффективность деятельности предприятий. Результаты анализа финансовой документации УГМК и РМК приведены на рис. 5 и 6 соответственно.

Финансовый показатель	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
ЕВЛТ	5 770 834	6 871 930	13 407 102	3 904 737	2 840 784	659 588	(22 670)	257 624
Рентабельность продаж (прибыли от продаж в каждом рубле выручки)	9.8%	92.7%	95.1%	82.7%	92%	87.2%	91.8%	86.9%
Рентабельность собственного капитала (ROE)	3%	54%	134%	66%	27%	5%	1%	2%
Рентабельность активов (ROA)	0.2%	5.7%	12.7%	4.1%	3%	0.9%	0.2%	0.4%

Рисунок 5 – Финансовые показатели эффективности деятельности УГМК

Финансовый показатель	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
ЕВЛТ	14 965 324	(3 245 815)	10 290 000	9 010 000	(3 792 000)	(6 718 000)	1 338 000	3 418 000
Рентабельность продаж (прибыли от продаж в каждом рубле выручки)	9.9%	10.3%	10%	4.9%	6.6%	7%	5.9%	9.4%
Рентабельность собственного капитала (ROE)	-	-	806%	-	-	-193%	4%	25%
Рентабельность активов (ROA)	5%	-7.6%	6.7%	6.8%	-11.8%	-18.7%	1%	7.5%

Рисунок 6 – Финансовые показатели эффективности деятельности РМК

Таким образом, эффективность деятельности, оцениваемая по таким показателям, как рентабельность продаж, норма чистой прибыли и рентабельность активов, у УГМК очень высока, она соответствует нормативам и гораздо выше среднеотраслевых показателей, чего нельзя сказать о РМК, который соответствует нормативу лишь по рентабельности продаж.

Проведенный анализ позволил авторам выявить ряд проблем:

1. Недостаточный уровень платежеспособности предприятий.
2. Низкий уровень финансовой устойчивости.

3. Нестабильное положение предприятий, находящее отражение в отчетности.

Выявленные проблемы обусловлены спецификой отрасли: российские месторождения большинства цветных металлов характеризуются бедностью или труднодоступностью добываемых руд, что заведомо снижает рентабельность добычи и инвестиционную привлекательность.

Решение выявленных проблем возможно с помощью последовательной финансовой политики. В первую очередь, необходимо принять меры, направленные на увеличение чистых активов – например, путем выпуска и размещения дополнительных акций или использования безвозмездной помощи акционеров, направленной на увеличения нераспределенной прибыли или уменьшение убытков.

Относительная финансовая неустойчивость можно преодолеть путем изменения доли собственных средств посредством дополнительной



эмиссии акций, или же избавления от части основных неиспользуемых средств, что позволит снизить кредиторскую задолженность.

Для стратегического повышения платежеспособности предприятий, необходимо ускорить оборачиваемость оборотных средств. Этого можно достичь совершенствованием товародвижения и нормализацией размещения оборотных средств; полным выполнением планов хозяйственной деятельности; совершенствованием торговли.

Проведенное исследование позволило выявить ряд проблем, характерных для отрасли цветной металлургии в России, и сформулировать направления, в которых предприятиям следует предпринимать действия, для улучшения собственных показателей и финансового положения. Однако тема требует более глубокого изучения, и полноценный анализ всех предприятий, входящих в отрасль, позволил бы авторам представить состояние отрасли и проблемы, существующие в ней, более полно.

#### **Список использованных источников:**

1. Официальный сайт министерства промышленности и торговли Российской Федерации. URL: <https://minpromtorg.gov.ru>

2. Официальный сайт «Сибирского агентства новостей». URL: <https://sibnovosti.ru/business/381658-ugmk-poluchit-krupnyu-kredit-dlya-dobychi-polimetallov-v-altayskom-krae>

3. Официальный сайт АО «Русская медная компания». URL: <https://rmk-group.ru/ru/smi/press-release/russkaya-mednaya-kompaniya-poluchila-gospodderzhku-dlya-realizatsii-vysokotekhnologichnykh-proektov/>

4. Бухгалтерский баланс ОАО «Уральская горно-металлургическая компания» за 2011-2019 гг.

5. Бухгалтерский баланс АО «Русская медная компания» за 2011-2019 гг.

6. Отчет о финансовых результатах ОАО «Уральская горно-металлургическая компания» за 2011-2019 гг.

7. Отчет о финансовых результатах АО «Русская медная компания» за 2011-2019 гг.

© Амеличева Д.В., Панфилова Е.С., Семенова Е.А., 2021



УДК 336.71

## НЕПРЕРЫВНЫЙ ПРОЦЕСС УЛУЧШЕНИЙ В КОРПОРАЦИИ NESTLÉ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИИ КАЙДЗЕН

Соловьев А.Д.

*Государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
Московский городской университет управления  
Правительства Москвы имени Ю.М. Лужкова, Москва*

Нечаев Б.П.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования «Московский государственный университет  
пищевых производств», Москва*

Кайдзен технология (Kaizen, яп. непрерывное улучшение) – комплексная концепция, охватывающая философию, теорию и инструменты менеджмента, позволяющая достичь преимущества в конкурентной борьбе на современном этапе. В практике системы менеджмента это понятие имеет синоним – непрерывный процесс совершенствования [1].

Идеи системы кайдзен изложены Масааки Имаи в одноименной книге, которая вышла в свет в Англии в 1986 году. Основные из них: «Кайдзен исходит из того, что нет предприятия без проблем. Кайдзен помогает решить эти проблемы путем развития такой культуры труда, когда каждый работник не штрафует за проблему, а ручается, что ее не будет. Кайдзен-стратегия основывается на признании того, что менеджмент, целью которого является получение прибыли, должен ставить своей задачей удовлетворение клиента и его требований. Кайдзен – это стратегия совершенствования, ориентированная на клиента. Кайдзен исходит из того, что вся деятельность предприятия в итоге должна вести к повышению удовлетворенности клиента. При этом различается философия внутреннего и внешнего клиента» [2].

Убедительным доказательством эффективности концепции является сравнение уровня рационализаторства на предприятиях в Японии и в западных странах. Для сравнения: в 1989 году в Японии было внедрено 83% всех рационализаторских предложений, тогда как в Германии – 40%, а в США – только 30%. В Германии на одного работника в год приходится 0,15 рационализаторских предложений, тогда как в Японии этот показатель составляет свыше 30 [3].

При непрерывном процессе улучшений (НПУ) в центре находится человек со способностями и знаниями, которые являются самым важным капиталом компании. К этому можно добавить положительное восприятие организацией проблем, так как они являются стимулом к улучшениям. На первом плане стоит вопрос не о виновниках проблем, а общие усилия по их





фундаментальному решению. Не наказание за ошибки прошлого, а возможности улучшения в пользу общего будущего должны руководить мышлением компании. Желание познавать настоящие проблемы и надолго их устранять является решающим [4].

Таким образом, команда сотрудников рассматривается как источник мотивации, идентификации, ментальной энергии, синергии и растущей креативности. НПУ обозначает непрерывную, систематическую и последовательную работу по: установлению и преследованию целей; устранению помех; поиску возможностей улучшения, предотвращению расточительства с помощью всех сотрудников на всех уровнях, во всех отделах, цехах и офисах [5].

Философию кайдзен поддерживают многие японские корпорации – Toyota, Mitsubishi, Nissan, Philips. Как пример кайдзен-последователя хочется привести западную компанию – Nestlé S.A. Швейцарский транснациональный производитель продуктов питания и напитков. Ее продуктовая линейка включает детское питание, медицинское питание, бутилированную воду, сухие завтраки, кофе и чай, сладости, замороженную еду, снеки и питание для домашних животных [6].

Корпорация Nestlé 22 года не покидает список компаний Fortune 500 ( Fortune Global 500 (по-русски Форчун-500) – рейтинг 500 крупнейших мировых компаний, критерием составления которого служит выручка компании), в 2016 г. она заняла 66 место с прибылью \$9 423 млн. В предыдущем году она занимала 70 место, а еще годом ранее – 72-е. Бережливое производство и отсутствие потерь являются первостепенной миссией Нестле. Идеи кайдзен четко прослеживаются в Корпоративных принципах деятельности Nestlé и Политике качества Nestlé [7].

Топ-менеджмент компании обязуется стремиться к наивысшему качеству и безопасности продукции следующими способами: возвращение культуры качества с целью разработки, производства и поставки продуктов и услуг с нулевыми дефектами, которым доверяют наши потребители; соблюдение действующего законодательства и международных требований; постоянное улучшение системы управления качеством, чтобы гарантировать безопасность продуктов, предотвращать инциденты с качеством и устранять дефекты; поощрение участия и распространение ответственности за качество среди сотрудников и партнеров через стандарты, обучение, тренинги и наставничество, контроль и эффективные коммуникации [8].

Некоторые западные компании отказались от инструментов кайдзен как неэффективных и устаревших. Они натолкнулись на бюрократию, пренебрежение мнением рабочих, непрозрачность процессов. Но при всем этом технология кайдзен процветает в IT сфере. Для большинства существующих IT-организаций характерен рост требования к качеству



оказываемых услуг со стороны заказчиков, что ставит перед руководством задачи по оптимизации существующих бизнес-процессов путем внедрения лучших практик и постоянного повышения качества. В частности, требует внедрения процессного управления в организации в соответствии с лучшими практиками менеджмента качества (ISO 9000, ISO 20000, ISO 21500, TQM) [9].

При создании системы управления проектами, в том числе проектами качества, руководство организации обычно сталкивается со следующими сложностями: отсутствие квалифицированных специалистов в области проектного управления; неприятие сотрудниками проектного подхода в связи с неудачным опытом предыдущего внедрения; несоответствие высокого уровня технической документации проекта низкому уровню документации управления проектом; отсутствие единого координирующего центра по проектному управлению; отсутствие единой терминологии, инструментов и методов». Данные симптомы характерны для низкого уровня проектного управления и, как показывает опыт, присущи большинству российских организаций [10].

Для принятия сотрудниками системы непрерывного улучшения процессов, основанной на проектном подходе, как показывает опыт, целесообразно использовать малые проекты, основанные на принципах кайдзен и гибкой системы управления проектами (Agile project management) по методологии Scrum, используя тактику постепенного обучения посредством совместной работы над проектами повышения качества под контролем так называемых «поясов» или «мастеров», т.е. сертифицированных методологов [11].

В завершение хотелось бы сказать, что кайдзен – эффективная философия для жизни и бизнеса, очевидный путь к благополучию общества. Но простая идея постоянного совершенствования требует глубинных преобразований мышления, взаимоотношений и процессов производства, к которым готовы немногие.

#### **Список использованных источников:**

1. Кобиашвили Н.А., Женжебир В.Н., Осинская Т.В., Фадеев А.С., Медведев В.М., Шестов А.В., Кретов М.И. Повышение эффективности системы менеджмента качества предприятия на основе оптимизации функциональной подсистемы. Интернет-журнал Науковедение. 2015. Т. 7. № 3 (28). С.42.

2. Кайдзен: ключ к успеху японских компаний/ Масааки Имаи; Пер. с англ. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2004. – 274 с. – (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»).

3. Бойков С.Р., Филатов В.В., Мишаков В.Ю. Обзор зарубежных моделей менеджмента. В сборнике: Актуальные проблемы экономики, коммерции и сервиса. Сборник научных трудов кафедры Коммерции и





сервиса, посвященный Юбилейному году РГУ им. А.Н. Косыгина. Под редакцией В.Ю. Мишакова, Л.Е. Зерновой. Москва, 2020. С. 6-12

4. Букша А., Филатов В.В. Принципы и цели современного руководителя азиатского стиля менеджмента. В сборнике: Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2020). Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО "РГУ им. А.Н. Косыгина". 2020. С. 86-90.

5. Букша А., Филатов В.В. Принципы ответственного руководства японской школы менеджмента. В сборнике: Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2020). Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО "РГУ им. А.Н. Косыгина". 2020. С. 90-94.

6. Дорофеев А.Ю., Положенцева И.В., Филатов В.В. Переход от стоимости к ценности и от ценности к фундаментальной стоимости. Вопросы экономических наук. 2011. № 2 (47). С. 7-11.

7. Венкат С.К., Филатов В.В., Мишаков В.Ю. Современные проблемы проектирования процессов управления производственными предприятиями. В сборнике: Актуальные проблемы экономики, коммерции и сервиса. Сборник научных трудов кафедры Коммерции и сервиса, посвященный Юбилейному году РГУ им. А.Н. Косыгина. Под редакцией В.Ю. Мишакова, Л.Е. Зерновой. Москва, 2020. С. 17-23.

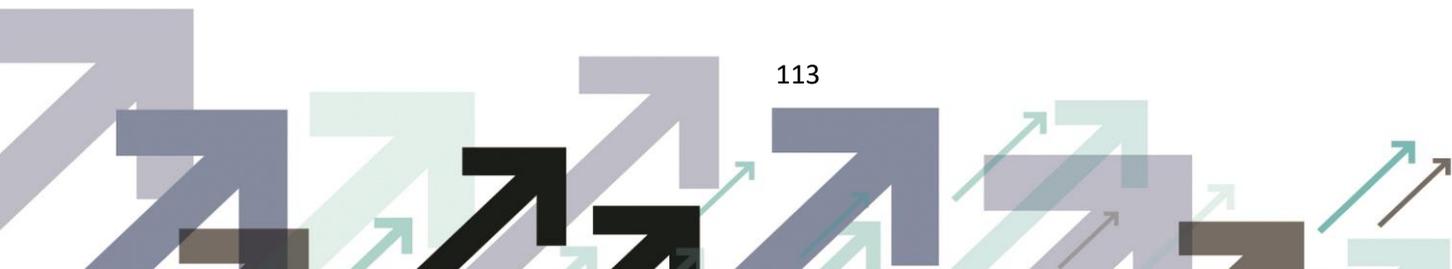
8. Филатов В.В., Дорофеев А.Ю. Методика оценки качества работы менеджмента на основе ретроспективных данных. Вестник университета. 2012. № 15. С. 152-158.

9. Филатов В.В., Алексеев А.Е., Галицкий Ю.А., Долгова В.Н., Дорофеев А.Ю., Женжебир В.Н., Кобиашвили Н.А., Князев В.В., Лочан С.А., Медведев В.М., Минайченкова Е.И., Мухина Т.Н., Петросян Д.С., Пшава Т.С., Фадеев А.С., Шестов А.В. Менеджмент традиционные и современные модели. Справочник, Издательство «Научно-издательский центр ИНФРА-М» Москва, 2017, с.474

10. Тушавин В.А. Управление малыми проектами в области информационных технологий /Тушавин В.А.//Управление проектами. - 2008.-№1(10). -С. 36-39

11. Филатов В.В., Хомутишникова Т.В., Деева В.А., Князев В.В., Бачурин А.П., Долгова В.Н., Медведева Т.Ю., Паластина И.П. Управление качеством. Учебное пособие. Издательство: Москва, Издательство ЦНТБ пищевой промышленности, 2009

© Соловьев А.Д., Нечаев Б.П., 2021





УДК 338.242

## ОТРАЖЕНИЕ ВЛИЯНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СТРУКТУРЫ НА ТЕМПЫ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Антипенко А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского», Омск*

В статье указывается на то, что на научно-технологического развитие в России оказывает влияние большое количество разнообразных внутренних и внешних факторов. Несмотря на свою несколько меньшую значимость, внутренние факторы занимают важное место в развитии науки и технологий. Одним из внутренних факторов является корпоративная структура, степень влияния процесс научно-технологического развития, которой будет оценена в рамках организаций, осуществляющих НИОКР.

На сегодняшний день темпы и уровень качества научно-технологического развития различных отраслей промышленного производства являются важными составными детерминантами, отражающими конкурентоспособность государства на мировой арене. Актуальный уровень технологического развития России как в общем виде, так и по отдельным отраслям позволяет констатировать тот факт, что научно-технологическое состояние страны находится на более низком уровне, чем это было запланировано еще в начале двадцать первого века, и чем это позволял бы задел, полученный еще в 1980-е гг. Текущий уровень технологического развития способствует возникновению совокупности негативных факторов, влияющих на все сферы деятельности государства, а также формирует и поддерживает технологическое отставание от развитых стран. Необходимо отметить, что с течением времени, уровень технологического отставания не только не сокращается, но есть основания полагать, что он и далее будет увеличиваться (особенно это касается наиболее технологически развитых стран – США, ОАЭ, Сингапур, Китай и т.д.).

Выше обозначенный уровень технологического развития, сложившейся в России к настоящему времени, был сформирован под влиянием совокупности различных факторов. Автором данного исследования предлагается выделить следующие факторы:

- политическая и экономическая обстановка в России и в мире;
- зависимость от стадии экономического цикла;
- совокупность внутренних проблем. Эти проблемы начали складываться еще на предприятиях с начала 1990-х гг., и впоследствии





были усугублены за счет отсутствия мер по их решению, а также под влиянием возникновения проблем в смежных областях;

слабое развитие территориальной структуры коммуникаций. К концу первой четверти двадцать первого века некоторые промышленные (либо потенциальные) районы все еще не обеспечены интернетом или полноценной сотовой связью, т.е. находятся на этапе перехода к четвертому технологическому укладу;

глобальные проблемы и «большие вызовы». Стремительное их распространение способствует торможению процесса НТР и т.д. [1, 2];

человеческий фактор. Выражен в недостатке специалистов, обладающих необходимым уровнем квалификации, стабильная тенденция к «утечке умов».

В данном перечне акцент сделан на общих факторах, способствующих торможению процессов научно-технологического развития, однако необходимо обратить внимание на внутренние факторы, которые оказывают влияние со стороны организаций, целью функционирования которых является реализация деятельности в области науки, техники и технологий. Среди внутренних факторов также можно выделить несколько подвидов, например, финансовое положение организации; территориальное место расположения и уровень развития инфраструктуры; организация управленческой структуры; состояние основных производственных фондов; корпоративная структура.

Представленный перечень не является исчерпывающим, поскольку он учитывает наиболее крупные группы факторов. Необходимо учитывать, что в стране существует также совокупность гораздо более мелких факторов, которые производят впечатление незначительных, но, несмотря на это они могут повлиять на вектор направленности развития науки и технологий.

Гипотезой данного исследования является предположение о том, что корпоративная структура оказывает значительное влияние на темпы технологического развития. Для ее подтверждения, в первую очередь необходимо обратить внимание на основные факторы, характерные для корпоративной структуры, негативное воздействие которых способствует торможению развития науки и технологий России на протяжении последних десятилетий. К таким факторам автор предлагает относить следующие:

1. Неравномерность возрастной структуры. В структуре многих отечественных производственных предприятий отмечается преобладание сотрудников пенсионного и пред пенсионного возраста. Однако, опираясь на опыт технологически развитых стран, можно говорить о том, что для достижения успеха необходимо делать ставку на молодых и перспективных ученых-исследователей, а не на более опытных сотрудников, обладающих весомым стажем. Это связано с тем, что зачастую именно молодые люди,





вчерашие (а в некоторых случаях и нынешние) студенты, обладая такими чертами характера, как мобильность, стремление пробовать что-то новое, неизведанное и т.д., вносят инновационные идеи в уже отлаженные производственные процессы. Справедливости ради, необходимо отметить, что на многих производствах стала прослеживаться тенденция сокращения персонала пенсионного возраста и его замена молодыми сотрудниками, но, в основном это относится к персоналу со средним уровнем образования, а руководящие должности остаются за более опытными сотрудниками, либо переходят по системе связей. Конечно, речь не идет о необходимости полного сокращения более пожилых сотрудников, необходимо внутрифирменное перемещение сотрудников с целью обеспечения молодежи рабочими местами, соответствующих квалификации.

2. Широкое распространение родственных, дружеских связей в коллективе. Эта проблема является актуальной во многих государствах, и в России достигает значительных масштабов. Руководство зачастую, проводя отбор потенциальных сотрудников с высокой долей вероятности может принять на работу родственника или знакомого одного из своих ключевых сотрудников, даже при условии, что претенденты не имеющие «блата» могут обладать более высоким уровнем квалификации и принести на производство реальную пользу. Решение данной проблемы простое, однако, далеко не каждый руководитель сможет его принять, поэтому можно говорить о том, что данная проблема будет оказывать негативное влияние на научно-технологическое развитие РФ в течение длительного периода времени.

3. Менталитет. В настоящее время на многих отечественных производствах выражена тенденция, направленная на слепое копирование методов развития, применяемых успешными иностранными компаниями. Необходимо учитывать, что применение данной стратегии вслепую без учета менталитета населения России не может привести к каким-либо значительным успехам. Это связано с тем, что менталитет населения формировался в течение длительного времени под влиянием большого количества негативных событий прошлого века, которые не затронули население других стран (ВОВ, внедрение командной экономики, дефолт, развал государства и т.д.). Автор данного исследования предлагает использование стратегию копирования, но с учетом ее адаптации под население страны. В то же время, необходимо отметить, что более оптимальным решением данной проблемы является разработка собственной аутентичной стратегии развития производства, которую впоследствии могут принять на вооружение иностранные производства.

4. Бюрократия. Данный фактор является широко распространенным не только в отраслях промышленного производства, но и во всех сферах. Бюрократические процессы сетью опутали систему НТР России и не дают





ей эффективно развиваться в ускоренном темпе. Зачастую, многие научные исследования, достижения, результаты опытов, изобретения остаются не представленными мировому научному сообществу и как следствие не могут быть использованы в производстве только по причине невозможности получения разрешения на выпуск, внедрение, отказе в государственном финансировании, получении патента и т.д. [3, 4].

5. Коррупция. Данный фактор является одним из важнейших в корпоративной структуре НТР РФ, который зачастую является неотъемлемой частью бюрократических процессов, а также способом преодоления их. С коррупцией нужно и можно бороться, однако это станет достаточно сложным процессом, поскольку, к сожалению, коррупционные сети растянулись уже на многие стороны. По мнению автора, единственным верным способом борьбы с коррупцией является ужесточение наказания и очень строгий контроль [5].

6. Необходимость трансформации рабочих мест. Во многих организациях некоторые должности не отвечают требованиям современных тенденций технологического развития. Это связано в том числе с тем, что часть производственных операций реализуется сотрудниками, уровень квалификации которых несколько ниже, чем требуется, за счет чего такие операции выполняются нерациональными способами. Также многие рабочие места занимают сотрудники, которые в ближайшем будущем выйдут на пенсию, после чего их должность будет упразднена, однако в настоящий момент эти должности нерационально сохранены за ними. Решение данной проблемы требует сокращения (либо замены) некоторых должностей [6].

Подводя итоги, стоит отметить, что на сегодняшний день в корпоративной структуре различных областей науки, техники и технологий существует большое количество одинаковых проблем, которые требуют срочного решения. Срочность решения этих проблем, обоснована длительным периодом их накопления, что на сегодняшний день можно сравнить с огромным снежным комом, который стремительно катится, давя робкие попытки развития российской науки, техники и технологий.

#### **Список использованных источников:**

1. Шваб К. Четвертая промышленная революция [Электронный ресурс] – режим доступа: [http://ncrao.rsvpu.ru/sites/default/files/library/k.\\_shvab\\_chetvertaya\\_promyshlennaya\\_revolyciya\\_2016.pdf](http://ncrao.rsvpu.ru/sites/default/files/library/k._shvab_chetvertaya_promyshlennaya_revolyciya_2016.pdf)

2. Интернет портал «Экономика Сегодня» [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://rueconomics.ru/149662-nazvaniy-samyie-problemnyie-otrasli-promyshlennosti-v-rf>

3. Белова Т.А. Изучение бюрократии зарубежными исследователями: к постановке проблемы [Электронный ресурс] – режим доступа:





<https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-byurokratii-zarubezhnymi-issledovatelyami-k-postanovke-problemy/viewer>

4. Интернет портал «Pikabu». Бюрократизация как способ разгрома науки [Электронный ресурс] – режим доступа: [https://pikabu.ru/story/byurokratizatsiya\\_kak\\_sposob\\_razgroma\\_nauki\\_6870052](https://pikabu.ru/story/byurokratizatsiya_kak_sposob_razgroma_nauki_6870052)

5. Селезнев А. Проблема коррупции в исследованиях российских ученых [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-korruptsii-v-issledovaniyah-rossiyskih-uchenyh/viewer>

6. Верлин К.Ю. Цифровизация деятельности предприятия. Актуальные вопросы управления экономикой современной России. Издательство Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. с. 69.

© Антипенко А.А., 2021

УДК 633.1:631.51.01(470.51)

## **ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ НУЛЕВОЙ ОБРАБОТКИ ПОЧВЫ – ОДИН ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ПУТЕЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНОВЫХ КУЛЬТУР**

Боброва А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Ижевская государственная  
сельскохозяйственная академия», Ижевск*

Обеспечение продовольственной безопасности России – один из важнейших вопросов последнего десятилетия, стоящих перед АПК нашей страны. Несмотря на то, что Российская Федерация сегодня является крупнейшим экспортером зерна в мире, в отрасли существует множество проблем, которые требуют незамедлительного решения. Такой проблемой является и повышение уровня конкурентоспособности отечественных сельскохозяйственных товаропроизводителей. Именно по этой причине, сельскохозяйственные организации все чаще задумываются о смене технологии обработки почвы в пользу ресурсосберегающего земледелия. Потребность в пересмотре взглядов была вызвана двумя ключевыми аспектами:

1) биологический аспект – предотвращение деградации земель (отказ от постоянной вспашки почвы позволит снизить степень истощения плодородного слоя);

2) экономический аспект – снижение себестоимости продукции (исключение некоторых энергозатратных операций даст возможность существенно снизить себестоимость продукции).



Одновременным решением этих двух задач является применение технологии нулевой обработки почвы (No – till).

No – till это современная система земледелия, при которой почва не обрабатывается, а на её поверхности остаются растительные остатки (мульча), предотвращающие воздействие прямых солнечных лучей, а также водной и ветровой эрозий. Данная технология не предусматривает никакого разрушения структуры почвы (кроме как при посеве), так как сокращается количество производимых операций, а значит и уменьшается давление на почву. В табл. 1 представлен сравнительный анализ традиционной технологии и технологии нулевой обработки почвы.

Ученые, эксперты и сами сельхозтоваропроизводители приводят множество аргументов в пользу нулевой обработки почвы. Их опыт стал свидетельством эффективности применения данной технологии. Одним из примеров является корпорация «Агро-союз», которая занимается вопросами применения технологии No – till с 1996 года.

В результате многолетнего изучения корпорацией получены следующие результаты: снижены производственные затраты в среднем в 5 раз; на 90% сокращен парк сельскохозяйственной техники (12 тыс. га обрабатывает один трактор, один посевной комплекс, один опрыскиватель и пять комбайнов); на 70 % сокращен расход ГСМ (с 93 л/га до 24 л/га); на 80 % сокращено время обработки посевной площади (с 3,87 маш-час/га до 0,6 маш-час/га); на 30% сокращен расход удобрений; сокращены трудозатраты (12 тыс. га обрабатывают 12 механизаторов); повышена урожайность в 2 раза (с 27 ц/га до 50 ц/га); повышено качество зерна (на 10% увеличено содержание белка); удалось приостановить деградацию плодородного слоя почвы [1].

Для перехода с традиционной технологии обработки почвы на технологию No – Till сельхозтоваропроизводителям необходимо пройти несколько этапов:

#### 1. Техническое перевооружение.

При переходе на ресурсосберегающую технологию необходима покупка новой техники: трактора с мощным мотором, чтобы обеспечить комбинированные машины для сплошного посева подъемным усилием не менее 2100-2800 кг и при этом, не нанося большой вред почве ходовыми частями [2]; сеялки с соответствующей массой (для лучшей подготовки семенного ложа путем механического рыхления и крошения в зоне расположения семян), с возможностью регулировки глубины заделки семян (на разных почвах, после различных предшественников, при изменении влажности почвы) и выполнения нескольких операций за один проход (нарезки борозд для посева, посев, внесение минеральных удобрений, прикатывание посеянной строки).



Таблица 1 – Сравнение традиционной технологии и технологии нулевой обработки

Традиционная технология обработки почвы	Технология нулевой обработки почвы (no – till)
Технологические операции	
Дискование	Внесение минеральных удобрений
Весеннее боронование	Протравливание семян
Внесение минеральных удобрений	Посев с внесением удобрений
Культивация	Опрыскивание ядохимикатами
Протравливание семян	Повторное опрыскивание ядохимикатами
Посев с внесением удобрений	Уборка
Прикатывание	Транспортировка зерна
Опрыскивание ядохимикатами	Сушка, сортировка
Уборка	
Транспортировка зерна	
Сушка, сортировка	
Последствия применения	
Почва периодически оголяется, лишается растительности	Постоянный растительный покров (пожнивные остатки)
Сильное колебание температуры	Плавное изменение температуры
Нестабильная пористость почвы, обусловленная механическим воздействием почвообрабатывающих орудий	Увеличение популяции дождевых червей, биоты и свободное развитие корневой системы обеспечивают лучшее разрыхление почвы. Стабильная равновесная плотность почвы.
Наличие плужной подошвы	Отсутствие плужной подошвы
Нарушение среды обитания почвенной биоты	Восстановление естественной среды обитания почвенной биоты
Высокий уровень выделения CO <sub>2</sub>	Низкий уровень выделения CO <sub>2</sub>
Интенсивная эрозия почвы. Большой поверхностный сток воды.	Очень низкий риск возникновения эрозии почвы. Мульча защищает почву
Сев в открытую почву. Такая система приводит к высыханию почвы, ускоряет эрозию верхнего почвенного слоя.	Закрытая система посева. При ней почва более устойчива к засухе. Закрытая система позволяет эффективно использовать уже имеющиеся и при необходимости добавлять питательные вещества.
Почвенная корка препятствует всходам и нарушает микроклимат посевов. Большой смыв питательных веществ с водой.	Резко уменьшается количество вымываемых водой питательных веществ.
Интенсивный процесс минерализации. Уменьшается содержание гумуса	Распределение органического вещества по всему профилю через биологические микропоры. Минерализация умеренная, содержание гумуса в почве стабильное.

2. Накопление растительных остатков на поверхности почвы (образование постоянного покрова мульчи). Такой покров обеспечивает защиту от прямых солнечных лучей, что существенно сокращает испарение влаги с поверхности почвы и спасает её от перегревания. Оставленные растительные остатки постепенно разлагаются, питают растения и создавая благоприятные условия для жизнедеятельности полезных микроорганизмов и бактерий. В то же время, мульча является главной защитой от водной и ветровой эрозии.

3. Выравнивание поверхности поля (при необходимости). Обязательным условием при внедрении технологии является выравнивание полей, так как равномерная глубина заделки семян имеет большое значение при их произрастании.



4. Разрушение плужной «подошвы». После операции выравнивания необходимо провести обработку глубокорыхлителем, это позволит улучшить условия роста и развития культурных растений.

5. Увеличение количества обработок посевов пестицидами. При переходе на нулевую технологию требуется максимально очистить поле от многолетних сорняков, что приведет к существенным затратам на приобретение гербицидов. В дальнейшем количество сорняков и, следовательно, расходы на химическую защиту зерновых культур значительно сокращаются.

Рассмотрим, какая из технологий обработки почвы может быть наиболее выгодна для сельскохозяйственных организаций. Для наиболее объективной оценки сравним показатели производства зерновых культур в двух хозяйствах, работающих по разным технологиям (ООО «СХП «Авангард» и СПК (колхоз) «Удмуртия» Вавожского района Удмуртской Республики). Территориально эти два хозяйства граничат друг с другом, поэтому можно считать, что находятся примерно в одинаковых природно-климатических условиях.

В 2020 году при применении традиционной технологии обработки почвы, в ООО «СХП «Авангард» на посевах яровой пшеницы площадью 85 га валовый сбор зерна составил 1840 ц (урожайность – 21,6 ц/га). В СПК (колхоз) «Удмуртия» при применении нулевой обработки почвы на посевах яровой пшеницы площадью 915 га, валовый сбор зерна составил – 42144 ц (урожайность – 46,1 ц/га).

Сравнительный анализ затрат по возделыванию яровой пшеницы в обоих хозяйствах представлен в табл. 2.

Таблица 2 – Состав и структура производственной себестоимости яровой пшеницы в ООО «СХП «Авангард» и СПК (колхоз) «Удмуртия»

Статья затрат	ООО «СХП Авангард»			СПК (колхоз) «Удмуртия»		
	Сумма, тыс. руб.	Структура, %	Затраты на 1 ц, руб.	Сумма, тыс. руб.	Структура, %	Затраты на 1 ц, руб.
Оплата труда с отчислениями на социальные нужды	217	16	118	4324	18	103
Семена и посадочный материал	269	20	146	1320	5	31
Удобрения минеральные	262	19	142	5686	24	135
Удобрения органические	0	0	0	0	0	0
Средства защиты растений	16	1	9	1960	8	47
Материальные затраты на электроэнергию и газ	15	1	8	547	2	13
Материальные затраты на нефтепродукты	416	30	226	3774	16	90
Содержание основных средств	100	7	54	2319	10	55
Прочие	76	6	41	4176	17	99
Всего затрат	1371	100	745	24106	100	572



В СПК (колхоз) «Удмуртия» при применении нулевой обработки почвы затраты на 1 ц производимой продукции составляют 572 рубля, что на 173 рубля меньше, чем в ООО «СХП «Авангард», при применении традиционной технологии обработки почвы. Такая разница обусловлена сокращением количества операций по подготовке и обработке почвы (дискования, весеннего боронования, культивации, прикатывания) в СПК (колхоз) «Удмуртия», и соответственно снижением затрат на нефтепродукты и оплату труда. В свою очередь, при использовании традиционной технологии в ООО «СХП «Авангард» меньше затрат приходится на статью «Средства защиты растений». Вследствие применения разных подходов к обработке почвы структура затрат на производство яровой пшеницы в хозяйствах тоже существенно отличаются.

В результате сравнения видно, что применение технологии прямого посева действительно является одним из перспективных путей повышения эффективности производства зерновых культур (в хозяйстве, использующем технологию No – till, урожайность яровой пшеницы выше более, чем в два раза, а затраты на производство 1 ц зерна ниже на 23%).

Сегодня с уверенностью можно сказать, что число сельхозтоваропроизводителей, работающих по данной технологии с каждым годом будет увеличиваться. Определенные трудности при переходе на нулевую обработку почвы сельскохозяйственные организации испытывают на этапе технического перевооружения, так как требуется покупка мощной дорогостоящей техники. Однако, в настоящее время, в субъектах Российской Федерации осуществляется государственная поддержка в виде предоставления различных субсидий при приобретении подобной техники. Таким образом, при использовании результатов НТП и средств государственной поддержки у отечественных сельскохозяйственных товаропроизводителей существует возможность значительно повысить уровень конкурентоспособности на мировом рынке.

#### **Список использованных источников:**

1. Рекомендации для руководителей и специалистов аграрных предприятий по Системе No – till/ Южный филиал Национального университета биоресурсов и природопользования «Крымский государственный агротехнологический университет» – Симферополь, 2009 г. – с.1-2.

2. Технология No-Till [Электронный ресурс]: информационный сайт о сельском хозяйстве/ the-farmer.ru, 2012 г. –Режим доступа: <https://the-farmer.ru/tehnologiya-no-till>.

© Боброва А.С., 2021



УДК 316.77:338.2

## СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Волкова А.Д., Зотова С.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В современном мире индустрия моды является одним из самых активных и многообещающих секторов рынка товаров и услуг. Она быстро развивается и отличается перманентным расширением потребительского рынка.

По словам И.А. Седых: «Современная модная индустрия представляет собой самостоятельный сектор экономики, включающий в себя производство и сбыт модных товаров (одежды, обуви, аксессуаров)» [2, с. 2]. В данном секторе экономики на постоянной основе, а также в полной мере изменяются разнообразные аспекты, начиная с технологии и заканчивая предпочтениями клиентов (потребителей). Положительный финансовый результат организации в такой сфере в большей степени зависит от правильно разработанного дизайна вместе с эффективно спланированным продвижением продукта.

Маркетинговые коммуникации являются неотъемлемой частью развития современной организации. Эффективное их использование в индустрии моды создает дополнительные возможности ее развития как перспективного и креативного направления, следовательно представляет данную тему актуальной. В свою очередь, сегодняшняя информационная среда предоставляет большой выбор различных каналов коммуникации. Поэтому, для повышения конкурентоспособности предприятия в модной индустрии следует основательно подходить к выбору маркетинговой политики.

Такие авторы как Дж. Бернет и С. Мориарти рассматривают маркетинговые коммуникации как процесс передачи информации о товаре целевой аудитории [3]. Ф. Котлер определяет маркетинговые коммуникации как средства, с помощью которых организации пытаются информировать, убеждать и напоминать потребителям, напрямую или косвенно, о своих товарах и торговых марках.

В индустрии моды комплекс традиционных маркетинговых коммуникаций состоит из [6]:

рекламы, как особого вида платных (бесплатных) маркетинговых коммуникаций, при помощи которого можно заинтересовать внимание потребителей и донести нужную информацию;



связи с общественностью – вида маркетинговых коммуникаций, направленных на формирование положительного имиджа бренда, повышения узнаваемости и возвращения «адвокатов бренда»;

брендинга, который ориентирован на создание правильного ассоциативного ряда, укрепления эмоциональной связи с потребителями и передачу ценностей бренда;

личных продаж;

интернет-маркетинга;

реализации индивидуальных модных показов и событий и др. [7].

В современных условиях использование классических маркетинговых коммуникаций в индустрии моды является недостаточным, требуется поиск новых средств таких коммуникаций, которые помогут максимально эффективно воздействовать на целевую аудиторию и достигать необходимого экономического эффекта.

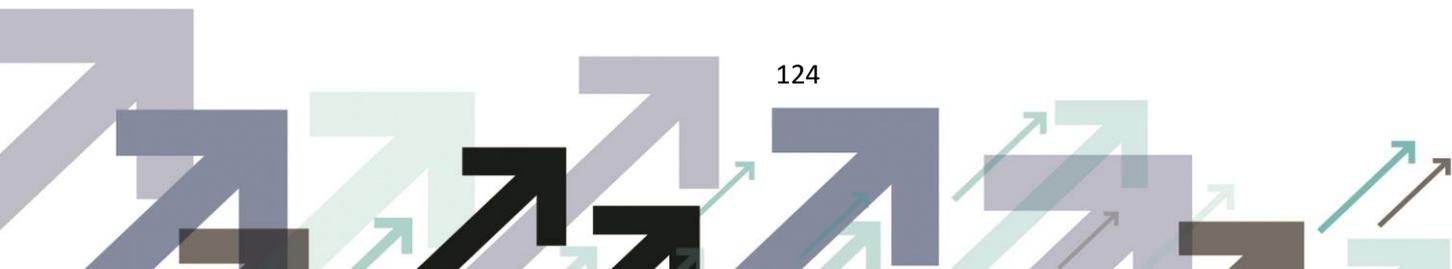
В последнее время потребитель становится более требовательным и разборчивым при выборе товаров и услуг индустрии моды. В связи с этим, маркетинг стал более таргетированным и все его инструменты направлены на отдельные части рынка, а иногда на конкретного клиента. Следовательно, происходят серьезные изменения в самом процессе маркетинговых коммуникаций. Различные отечественные исследователи такие, как Бориснев С.В., Урсул А.Д., Почепцов Г.Г., Голубкова Е.Н. и другие, а также зарубежные исследователи, например, Дж. Барнет, Т. Хайнс, С. Мориарти рассматривают подходы через формирование и совершенствование комплекса маркетинговых коммуникаций, что в сфере модной индустрии также является актуальным.

Опора на визуальные образы является характерной особенностью маркетинга модной индустрии. Таким образом компании стараются сформировать каналы коммуникации с клиентами на базе ярких визуальных образов и повысить показатель узнаваемости бренда.

Еще одна особенность скрывается в политике ценообразования в сфере модных товаров, влияющая на добавочную стоимость продукта при помощи различных вариантов, например, имя дизайнера, культуры, ценности и т.п.

Существует направление, которое помогает модным известным брендам в продвижении своих продуктов через разработку цельных образов. В данной ситуации, увеличение ассортимента возможностей и товаров способствует угодать потребителям в их запросах [4, с. 245].

Модные журналы или, как их еще называют, глянцевого являются одним из классических каналов, с помощью которого происходит продвижение продукции в индустрии моды. Такие печатные источники применяют прямую рекламу, т.е. информируют потребителя о модных





брендах, а также используют косвенную рекламу, которая происходит при помощи PR-статей.

Такая маркетинговая коммуникация, как связи с общественностью считается видом управленческой деятельности. Данная коммуникация ориентирована на разработку и рост положительных взаимодействий между различными домами мод и общественными сообществами. Главная функция связей с общественностью – это управление репутацией модных брендов и поддержка доброжелательного отношения со стороны общества. Специалисты этой сферы не забывают и том, что нужно контролировать не только вышеуказанные связи, но и формирование отношений собственников с инвесторами, работниками, партнерами и властью [9].

В настоящее время интернет-маркетинг еще один часто используемый канал. С его помощью стали создаваться электронные версии модных журналов, сайты и аккаунты, опирающиеся на модную индустрию. У известных модных брендов разработаны специализированные сайты, которые оформлены в современном стиле, с удобной навигацией и быстрой обратной связью, что немало важно для клиентов. Также, у каждого модного бренда имеется свой SMM-менеджер и даже не один, которые представляют и продвигают бренд в социальных сетях. Д. Халипов обращает внимание на ряд преимуществ данного метода: большой охват аудитории; быстрое распространение информации; наличие обратной связи; относительно невысокая стоимость [10, с. 36-37].

Коммуникационный канал в виде организации модного показа подразумевает под собой яркое явление, которое помогает в продвижении бренда. Данное мероприятие получает известность благодаря прессе, различным известным личностям (певцам, актерам, моделям и т.п.).

Для того, чтобы было непрерывное взаимодействие с аудиторией следует интегрировать различные каналы коммуникации. Достижение данного аспекта зависит от возможностей компаний индустрии моды выдвигать свои продукты на несколько платформ сразу (физические и виртуальные), но это далеко не все, также потребитель должен сам выбирать предпочтительный ему канал коммуникации.

Исходя из вышеперечисленного, следует сказать, что маркетинговые коммуникации эволюционируют на постоянной основе и уже на данный момент существуют новые инновационные коммуникации.

Из анализа маркетинговых коммуникаций, можно выделить современные, которые непосредственно относятся к индустрии моды:

1. Разработка и реализация модных событий при помощи digital-технологий. Благодаря таким технологиям мероприятие использует высокотехнологичные элементы и оценивается качество концепции события в целом [11, с. 22].



2. Интернет-маркетинг на основе использования социальных сетей. В соц. сетях есть свои «изюминки», которые помогут в продвижении брендов, такие как мировая аудитория, доступный способ для взаимодействия, удобный поиск товаров, экономия на косвенных товарах и издержках.

3. Публицитный капитал сможет поспособствовать продвижению брендов, в целях которого лежит узнаваемость.

4. Ситуативный маркетинг.

Партнерство и спонсорство помогают уменьшить издержки на рекламу и поднять охват аудитории.

Следует отметить, что классические методы продвижения в индустрии моды устарели и не всегда с их помощью можно получить положительный результат, так как данные каналы не дают качественный взаимообратный обмен информацией с аудиторией. При использовании современных интегрированных маркетинговых коммуникаций можно расширить доли рынка, увеличить узнаваемость модных брендов, повысить объем продаж и другие важные показатели эффективной деятельности [10, с. 322].

Исходя из рассмотренного выше, можно сделать вывод, что обновленные форматы маркетинговых коммуникаций в сочетании с эффективной системой управления маркетингом создают условия повышения конкурентоспособности и прибыльности организаций сферы индустрии моды, опираясь на инновационные технологии и креативный подход. Менеджерам данной отрасли необходимо применять комплекс современных интегрированных коммуникаций, который направлен на формирование длительных отношений с участниками рынка, рост имиджа компании, а также на достижение стратегических маркетинговых целей.

#### **Список использованных источников:**

1. Куликова А. В. Маркетинговые коммуникации. Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Н. И. Лобачевского, 2016. – 62 с.

2. Седых И. А. Индустрия моды, 2019. [Электронный ресурс] – Режим доступа - URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2019/06/03/1495959454/%D0%98%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D1%8B-2019.pdf> (дата обращения: 17.04.2021)

3. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.

4. Кладиева Т.Б. Технологии продвижения модного бренда. Сборник статей XI международной научно-практической конференции, Москва: «Научно-издательский центр «Актуальность РФ», 2017. – С. 244-247.

5. Демина Т. А., Климов А. В., Мерзлякова А. Н. Индустрия моды как самостоятельный сектор экономики. [Электронный ресурс] – Режим





доступа – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-mody-kak-samostoyatelnyu-sektor-ekonomiki/viewer> (дата обращения: 17.04.2021)

6. Гладышева В.А. Современные маркетинговые коммуникации в индустрии моды, 2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <http://edrj.ru/article/09-11-2018>

7. Что такое маркетинговые коммуникации. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/marketing-communications> (дата обращения: 18.04.2021)

8. Кислов Д.В., Романенко Е.А., Чаплай И.В. Маркетинговые коммуникации в публичном администрировании: монография / [Д.В. Кислов, Е.А. Романенко, И.В. Чаплай] – LAP Lambert Academic Publishing, 2018. – 419 с.

9. Шевченко Д.А. Продвижение брендов в fashion-индустрии средствами связей с общественностью [Электронный ресурс] /Д.А. Шевченко // Реклама, Маркетинг, PR. - М.: РГГУ.- 2014.- Режим доступа: <http://www.marketologi.ru/docs/downloads/lib/2015/03/05/1.pdf> (дата обращения: 21.04.2021).

10. Панюкова В.В. Реализация стратегии омниканального маркетинга торговыми организациями // Торгово-экономический журнал. 2015. №4. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/realizatsiya-strategii-omnikalnogo-marketinga-torgovymi-organizatsiyami> (дата обращения: 21.04.2021).

11. Бакунова Е.С. Сборник материалов X научно-практической конференции. Москва, 12–13 апреля 2016 г. – Москва.: РУДН, 2016. - С. 22-24.

© Волкова А.Д., Зотова С.А, 2021

УДК 338.1

## АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ КОМПАНИИ «ТЕРМОПОЛ»

Голышева А.В., Страчкова Е.Г.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В настоящее время трудно представить нашу жизнь без изделий нетканого производства. Нетканая продукция охватила довольно много областей применения, это и медицина, и строительство, и повседневная жизнь человека. Данная отрасль появилась сравнительно недавно, однако успешно стала развиваться и хорошо стимулировать спрос как в России, так и за рубежом.





Одной из ведущих компаний по производству нетканых материалов на отечественном рынке является ООО «Термопол». Завод нетканых материалов «Термопол» занимается производством данного вида продукции с 2004 года под собственным брендом «Холлофайбер», который является зарегистрированным товарным знаком в РФ. С 2004 года все права на «Холлофайбер» принадлежат компании «Термопол»; в 2010 году товарный знак «Холлофайбер» был зарегистрирован как ОТЗ (Общеизвестный товарный знак. Роспатент, № 101). Помимо РФ, «Холлофайбер» зарегистрирован также в Беларуси, Казахстане и Украине [1].

Под данным товарным знаком выпускаются инновационные нетканые материалы для многих отраслей промышленности, в основном это утеплители и наполнители, которые отличаются высоким качеством и эффективностью. Продукция компании «Термопол» производится на современном автоматизированном немецком и австрийском оборудовании. Все процессы при изготовлении изделий улучшены и оптимизированы. Выпускаемые материалы являются сертифицированными и полностью соответствуют требуемым государственным стандартам, также они экологически безопасны для здоровья потребителей.

«Холлофайбер» является отечественной разработкой, которая заменяет аналогичную импортную продукцию практически на 100%. Материалы и технологии «Холлофайбер» универсальны и отмечены более чем в 100 патентах. Они превосходят натуральные, искусственные, а также зарубежные синтетические материалы по своим характеристикам и потребительским свойствам.

Уникальность свойств нетканых материалов компании «Термопол» доказана в лабораториях России, Беларуси, Германии, Бельгии, Канады.

Технологический секрет товарного знака «Холлофайбер» заключается в использовании высококачественного сырьевого состава. Основой сырья выступают химические волокна, преимущественное множество из которых имеют полую структуру и извитую форму; именно они обеспечивают особые свойства материалам, такие как сохранение тепла, формы и целый ряд дополнительных потребительских качеств [2].

Технология производства материалов «Холлофайбер» была запущена в нашей стране в 2004-2005 гг. Сущность технологии заключается во влиянии высоких температур (более 200°C) на химические волокна при помощи аэродинамических модулей и многосекционных печей, в которых волокна разных типов слегка плавятся и, таким образом, соединяются друг с другом без применения склеивающих средств; данный способ является экологичным, что дает возможность производить материалы для производства продукции с наивысшими требованиями к безопасности.



Аэродинамические модули располагают волокна в разном направлении, что позволяет формировать равномерное нетканое полотно [3].

Вся продукция, выпускаемая заводом «Термопол» под торговым знаком «Холлофайбер» разделяется на две так называемые «линейки».

К первой линейке выпускаемых материалов относятся все виды наполнителей и утеплителей для повседневной и специальной одежды, для товаров детского назначения, для домашнего текстиля и обуви, а также для продукции, предназначенной для туризма и другие.

Вторая линейка включает в себя материалы, предназначенные для строительных работ, которые отлично утепляют и звукоизолируют здания, а также поглощают внешние шумы. Нетканые материалы выпускается в виде пластов, полотен, лент, многослойных материалов и волоконных шариков.

Все изготавливаемые ООО «Термопол» изделия делятся на определенные виды, которые в свою очередь имеют свое наименование и отличаются между собой по таким показателям как плотность, объем, размер и вес. Например, ХАРД – это материалы, которые отличаются высокой плотностью содержания волокна, до  $3000 \text{ г/м}^2$ , и производятся в виде пластов и полотен. Данный вид находит применение в текстильной промышленности, при изготовлении мебели, взрослых и детских гипоаллергенных матрасов, а также при строительстве, как настилочный, звукоизолирующий материал или утеплитель [4]. МЕДИУМ – материал средней плотности, этот вид выпускается полотнами до  $500 \text{ г/м}^2$ . Нетканый материал отличается средней жесткостью и хорошей эластичностью. Применяется в изготовлении мягкой мебели, матрасов, продукции для новорожденных детей. Основными свойствами выступают повышенная формоустойчивость и возможность к восстановлению объема при нагрузках, ведущих к деформации [4].

СОФТ – это нетканые материалы, отличающиеся повышенной мягкостью, лёгкостью и эластичностью, выпускаемые в виде полотен до  $300 \text{ г/м}^2$ . Данный вид широко применяется при производстве повседневной одежды, специальной одежды, униформы, туристического снаряжения, продукции для детей и домашнего текстиля. Особые свойства указанных материалов заключаются в сохранении тепла, воздухопроницаемости, терморегуляции, а также в сохранении формы изделий после длительного использования и многократных стирок [4].

ПАФС – технологически скрученное волокно, более известное в народе наименование «шарики». Это хороший наполнитель для текстильных и мебельных изделий, игрушек, он изготавливается из формоустойчивых высокоизвитых волокон и имеет предназначение для придания изделию объема. Данный вид продукции является самым популярным среди разновидностей нетканых материалов «Холлофайбер»; с



2016 года волокно поставляется в комфортной мобильной упаковке от 3 кг. [4].

Кроме перечисленных выше основных видов нетканых материалов, в компании «Термопол» производятся также: Холлофайбер ВОЛЮМЕТРИК, Холлофайбер ТЭК, Холлофайбер АГРО, Холлофайбер ФУТ, Холлофайбер ФИЛЬТР, Холлофайбер WINTERFOOT, Холлофайбер СУПЕРХАРД, Холлофайбер СТРОЙ, Холлофайбер АКВАФИЛЬТР, Холлофайбер АКУСТИК, Холлофайбер ПРОФИ, Холлофайбер СПОРТ-МАТ, Холлофайбер ДУБЛЬ [2].

Нетканые материалы торговой марки «Холлофайбер» изготавливаются в широком ассортименте для различных сфер промышленности и бытового применения. В настоящее время это 1000 артикулов или «рецептур», которые являются строгой технологической тайной производителя.

Уникальные свойства нетканых материалов торговой марки «Холлофайбер», выпускаемыми компанией «Термопол», обеспечиваются качественными волокнами и эксклюзивными пропорциями их сочетания. Технологические режимы, при которых производятся материалы «Холлофайбер», признаются уникальными и невозпроизводимыми на других предприятиях и типах оборудования.

ООО «Термопол» является европейским лидером по инновациям в производстве нетканых материалов. Производство всех видов продукции компании сертифицировано по международным системам контроля безопасности и качества продукции.

#### **Список использованных источников:**

1. Каталог лучших российских производителей товаров и услуг - «PULPRO». Завод нетканых материалов «Термопол» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://pulpro.ru/view.php?id=7649/> (Дата обращения 06.05.2021г.)

2. «Продукция заводов нетканых материалов Термопол Москва» [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://termopol.ru/termopol.ru/production /](http://termopol.ru/termopol.ru/production/) (Дата обращения 06.05.2021г.)

3. «Холлофайбер. О нас» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://hollowfiber.ru/main/o-nas/> (Дата обращения 08.05.2021г.)

4. «Холлофайбер. Общая информация» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://hollowfiber.ru/main/materialyi/sekcziya-1/obshhaya-informacziya/> (Дата обращения 08.05.2021г.)

© Голышева А.В., Страчкова Е.Г., 2021



УДК 339.35

## АНАЛИЗ КОНЬЮНКТУРНЫХ ПАРАМЕТРОВ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОСМЕЦЕВТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В 2009-2020 годах

Додина А.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный технический университет», Волгоград*

На основе анализа данных конъюнктуры рынка сделан вывод о текущей ситуации на рынке, соотношении спроса и предложения на российском рынке космецевтических средств. Выявлено, что российский рынок космецевтических средств по темпам среднегодового роста является одним из наиболее динамично развивающихся рынков в современной экономике. Было установлено, что в России значительный объем космецевтических средств реализуется через аптечные организации, и доля реализации космецевтических средств в аптечных сетях достигает до четверти от общей выручки крупных аптечных учреждений (как правило, чем крупнее аптечная точка и чем шире ее ассортимент, тем большую долю в структуре ее выручки занимают космецевтические средства).

Российский рынок космецевтических средств по своему объему и конъюнктурным параметрам развития входит в ТОП-10 крупнейших рынков в мире. По итогам 2016 г. в российских аптеках было реализовано 216,4 млн. упаковок космецевтических средств (увеличение показателей реализации на 16,59% в сравнении с 2015 годом) на сумму более 42,2 млрд. рублей (в этом году на российском рынке было продано около 1430 космецевтических брендов под более чем 12,8 тыс. наименованиями).

В результате проведенного ретроспективного анализа развития российского рынка космецевтических средств была установлена тенденция к росту, если рассматривать емкость данного рынка в стоимостном выражении (в рублевом эквиваленте). Данные которые характеризуют развития российского рынка космецевтических средств в 2009-2020 годах представлены на рис. 1.

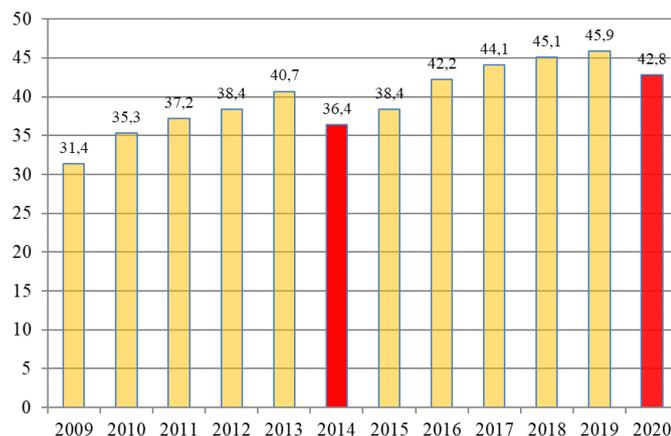


Рисунок 1 – Динамика развития российского рынка космецевтики в 2009-2020 годах, млрд. рублей [1].

По данным рис. 1 видно, что развитие российского рынка космецевтических средств, в целом, демонстрирует положительную динамику своего развития. Данная положительная динамика была нарушена в 2014 году и в 2020 году. Причиной сокращения объемов реализации в 2020 году, естественно стала ситуация, связанная с последствиями пандемии коронавируса, вводимыми запретительными мерами, полными и частичными локдаунами. В этот период многие люди, вообще, потеряли рабочие места и спрос на космецевтические средства сократился.

Причиной сокращения объемов реализации в 2014 году стало сокращение реальных доходов населения в результате последствий экономического кризиса, однако, в 2015 году рост объемов реализации космецевтических средств превысил уровень кризисного 2014 года, а в 2016 году превысил объемы предкризисного 2013 года. При этом необходимо отметить, что реальные доходы населения в период 2013-2019 годов все равно продолжили снижение. Ответом на данное «противоречие» может выступить изучение динамики развития российского рынка космецевтики в 2009-2020 годах в натуральном выражении (рис. 2).

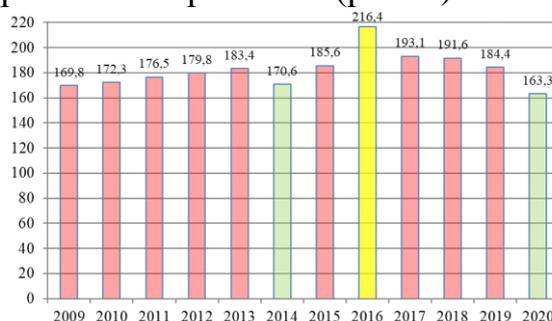


Рисунок 2 – Динамика развития российского рынка космецевтики в 2009-2020 годах, млн. упаковок [1].

По данным рис. 2 видно, что развитие российского рынка космецевтических средств, если рассматривать его в аспекте потребления в натуральном выражении, демонстрировал положительную динамику своего

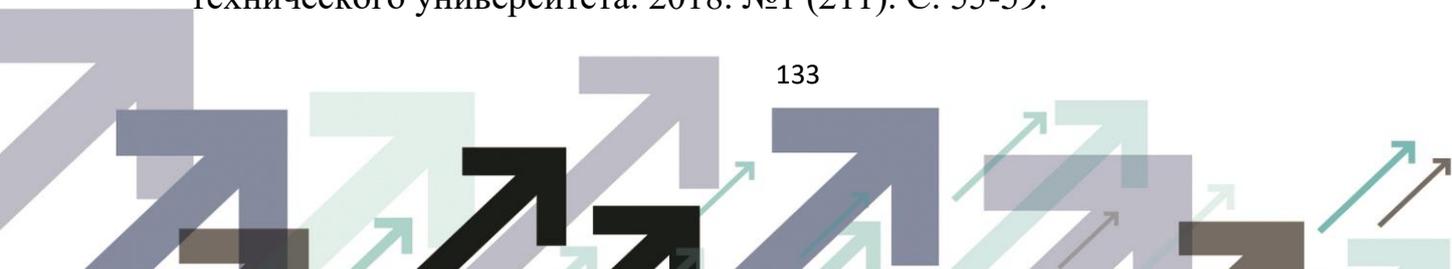


развития до 2016 года. А, затем началось плавное 3-5% сокращение спроса. Причины 2020 года, в целом, понятны. Снижение в 2014 году – тоже укладывается в логику сокращения реальных доходов населения. При этом остается вопрос, почему рост в натуральном выражении был отмечен вплоть до 2016 года? Это связано, прежде всего, с тем, что после кризиса 2014 года и сокращения реальных доходов населения произошло переструктурирование спроса и переход с сегмента более дорогих косметических средств в сегмент более дешевых. Именно поэтому до 2016 года на рынке наблюдалась тенденция к увеличению объемов продаж в натуральном выражении.

Таким образом, в результате проведенного анализа структуры и конъюнктуры российского рынка косметики было установлено, что развитие российского рынка косметических средств, в целом, демонстрирует положительную динамику своего развития. Данная положительная динамика была нарушена в 2014 году и в 2020 году. Причиной сокращения объемов реализации в 2020 году, естественно стала ситуация, связанная с последствиями пандемии коронавируса, вводимыми запретительными мерами, полными и частичными локдаунами. Причиной сокращения объемов реализации в 2014 году стало сокращение реальных доходов населения в результате последствий экономического кризиса, однако, в 2015 году рост объемов реализации косметических средств превысил уровень кризисного 2014 года, а в 2016 году – превысил объемы предкризисного 2013 года. При этом необходимо отметить, что реальные доходы населения в период 2013-2019 годов все равно продолжили снижение.

### **Список использованных источников:**

1. Аптечная косметика: обзор продаж основных групп в 2020 году. [Электронный ресурс]. – URL: <https://dsm.ru/news/1156/> / свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 22.03.2021).
2. Глобальный рынок косметики – 2016: анализ отрасли и оценка возможностей [Электронный ресурс] / URL: <https://cosmetologyinfo.ru/6804/news-Globalnyy-rynok-kosmetiki-2016-analiz-otrasli-i-otsenka-vozmozhnostey/> / свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 22.02.2021).
3. Евстратов, А.В. Теория отраслевых рынков: учебное пособие / А.В. Евстратов, И.В. Днепровская; ВолГТУ. – Волгоград, 2016. – 72 с.
4. Евстратов, А.В. Основные тенденции и перспективы развития фармацевтического рынка в Российской Федерации: монография / А.В. Евстратов; ВолГТУ. – Волгоград, 2018. – 192 с.
5. Евстратов, А.В. Формирование структуры аптечного сегмента на фармацевтическом рынке Российской Федерации [Текст] / А.В. Евстратов, М.Н. Казьмин, К.Н. Казьмин // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2018. №1 (211). С. 55-59.





6. Зайцева, А.В. Космецевтика: вчера, сегодня, завтра / А.В. Зайцева, Ю.С. Никулушкина // Политика, экономика и инновации, 2018. – № 1 (18). – С. 18.

7. Космецевтика с пребиотиками. Что предложить покупателю? // Новая аптека, 2020. – № 6. – С. 70-71.

8. Немятых, О.Д. Как управлять потребительским поведением в сегменте аптечной косметики / О.Д. Немятых, А.И. Фитисова // Новая аптека, 2019. – № 8. – С. 40-47.

© Додина А.И., 2021

УДК 678.7

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЕТАЛЛОЦЕНОВОГО ЛИНЕЙНОГО ПОЛИЭТИЛЕНА В РОССИИ

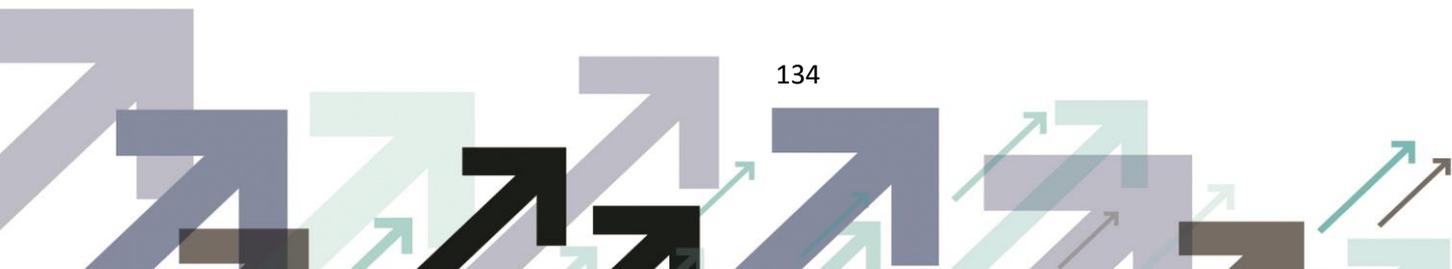
Зорина Е.В., Черноусова Н.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В начале 90-х одной из новейших разработок стали полимеры полученные на основе металлоценовых катализаторов, изделия из которых при меньшем весе обладали превосходными физико-механическими свойствами. Уже к концу 90-х такие марки стали ввозиться на территорию РФ, и к началу 2000-х один из крупнейших заводов по производству полимеров в России выпустил первую партию линейного полиэтилена на металлоценовом катализаторе (мЛПНП) для внутреннего рынка. Тогда аналитики прогнозировали вытеснение обычного линейного полиэтилена низкой плотности металлоценовым. Данный вид полимера должен был решить главные задачи, стоявшие перед производителями упаковочной продукции - повышение качества при снижении норм расхода сырья на выпускаемую продукцию.

Металлоценовый линейный полиэтилен отличается высокой ударопрочностью, высокой температурой плавления (размягчения), позволяющей использовать его для упаковки горячих продуктов, обладает высокой стойкостью к проколам, устойчивостью к различным агрессивным средам и веществам, обладает отличными изоляционными качествами (теплоизоляция, влагоизоляция), низким показателем мутности и хорошим глянцем, что особенно проявляется на различных пленках.

Благодаря прочности материала, из него изготавливают пленки общего назначения, стрейч- и стрейч-худ пленки, материалы для ламинирования, молочные пленки и материалы для использования в сельскохозяйственной сфере. Растягивающийся металлоценовый





полиэтилен не требует создания термокамер для усадки пленки, отличается хорошими прочностными и эксплуатационными характеристиками.

Так как стоимость металлоценовых полимеров выше обычного ЛПНП на 20% (рис. 1), производители упаковочной продукции используют металлоценовые марки как добавку для повышения прочности выпускаемой продукции, при многослойном производстве в одном из слоев.



Рисунок 1 – Межтоварный спред мЛПНПЭ/ЛПНПЭ в РФ

Каковы же перспективы развития рынка в данной сфере? На основании импортной статистики металлоценового ЛПНП за январь-февраль 2021 года можно сделать прогноз на 2021 г. (рис. 2). Для расчета условно принимаем что рост цен на полимеры компенсирует фактор сезонности и роста объема потребления марок ЛПНП для выпуска упаковки во втором квартале.

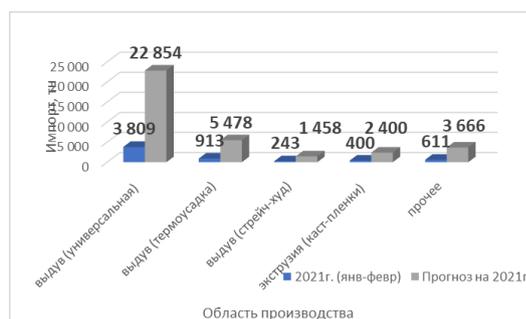


Рисунок 2 – Прогноз импорта мЛПНП на 2021 г.

Для производства mLLDPE как сополимеры используют гексен, октен. Катализаторы процесса – металлоценовые вещества (с одним центром полимеризации), регулирующие молекулярный вес, свойства и структуру материала. МРЕ получают в растворе, газофазным или суспензионным методами.

Для выпуска универсальных пленок как правило используется металлоценовый ЛПНП с ПТР=1 г/10мин, для термоусадочной пленки ПТР=0,3 г/10мин, для получения каст-пленок, получаемых экструзией ПТР=3 г/10мин с гексеновым сомономером, для производства плёнки стрейч-худ используют марки с ПТР=1 г/10мин как правило сомономером в которых является октен.

К 2019 г. ввоз импортных марок мЛПНП значительно сократился, сложившаяся динамика связана с возобновлением производства мЛПНП одним из крупнейших производителей полимерной продукции в России



который компенсирует разницу в импорте 2019-2020 годов (рис. 3). В рамках программы импортозамещения в 2022 году по предварительному анонсированию еще один из российских заводов выпустит на рынок 2 марки металлоценового ЛПНП.

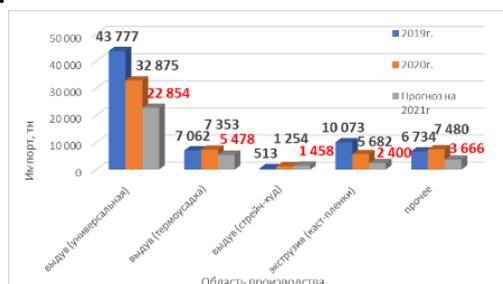


Рисунок 3 – Динамика импорта мЛПНП по сферам применения

К 2021 году также можно наблюдать прогнозируемое снижение потребления импортных марок мЛПНП и ЛПНП что скорее связано с общемировым ростом цен на полимеры и стремлением производителей полимерной продукции снизить затраты на производство отказавшись от использования мЛПНП (рис. 4, 5).



Рисунок 4 – Общая динамика импорта металлоценового ЛПНП



Рисунок 5 – Ввоз импортных марок ЛПНП и металлоценового ЛПНП на территорию РФ, тыс. \$

Можно отметить что рынок металлоценового полиэтилена в РФ достиг постоянного уровня и твердо занимает свою нишу в сегменте материалов для производства упаковки. Общий объем потребления мЛПНП на территории РФ ближайшие 2-3 года будет составлять порядка 55-60 тысяч тонн.

Подводя итог можно сказать что из прогнозируемых 55-60 тысяч тонн, порядка 30 тысяч тонн мЛПНП будет приходиться на долю российских производителей. На тенденцию к повышению объемов производства и



потребления мЛПНП может повлиять снижение цен на металлоценовые катализаторы и уменьшение спреда между ЛПНП и мЛПНП.

**Список использованных источников:**

1. Ed. By Kaminsky W. Metal organic Catalysts for Synthesis and Polymerization. Recent Results by Ziegler-Natta and Metallocene Investigations. Berlin: Springer, 1999: Chem. Revs. 2000. №4, v.100.

2. Корнеев Н.Н. Металлоорганические катализаторы в процессах полимеризации и олигомеризации. НИИТЭХим, 1988. с.110-115.

3. Высокмолекулярные соединения. Серия С, 2000, том 42, №11, с.1954-1973.

© Зорина Е.В., Черноусова Н.В., 2021

УДК 339.13.017 : 684

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ  
МИРОВОГО И РОССИЙСКОГО РЫНКА  
МЕБЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Казарина Е.Н., Земляк К.Г.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Хабаровский государственный университет  
экономики и права», Хабаровск*

В статье показаны современные тенденции развития мирового и российского рынка мебельной продукции, рассмотрены проблемы мебельной промышленности в России и сделаны предложения по их решению.

Современный мебельный рынок имеет высокий потенциал, динамично развивается, представлен большим количеством крупных, средних и мелких предприятий и характеризуется высоким уровнем конкуренции. За последнее десятилетие он претерпел значительные качественные изменения. Закрытие национальных рынков и растущая интернационализация производства мебели определяют изменения, как в динамике, так и в структуре торговли этой продукцией.

По данным Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АМДПР), в 2018 году российские производители мебели увеличили объемы выпуска продукции, по сравнению с аналогичным показателем 2017 года, со 175,6 млрд. рублей до 189 млрд. рублей (на 8%). При этом продажи мебели в 2018 году выросли с 370,3 млрд. рублей до 477,5 млрд. рублей (на 30%), а в валютном эквиваленте – с \$6,3 млрд. до \$7,6 млрд. (на 20%). На долю мебели отечественного производства в общем объеме продаж пришлось 50,1%, на долю импортной мебели – 49,9%. Причем реализация мебельной продукции, произведенной в странах дальнего зарубежья, увеличилась со



144,6 млрд. рублей до 210,7 млрд. рублей (на 45%), или с \$2,5 млрд. до \$3,35 млрд. (на 35%). Крупнейшим импортером мебели в Россию в 2018 году стал Китай – на его долю пришлось 26,1% всей ввезенной продукции. Объемы поставок из Поднебесной выросли с \$600 млн. до \$900 млн. (на 30%), по сравнению с 2017 годом [1].

Мебельная промышленность – это отрасль, которая нуждается в привлечении крупных инвестиций, предполагает использование современных и эффективных технологий и методов производства. Стоит отметить, что отечественные производители практически не используют дешевое сырье, энергосберегающие технологии и дешевую рабочую силу, а технологическое оборудование характеризуется высокой степенью износа [2].

В первом полугодии 2019 года экспорт мебели из России увеличился на 6%, по сравнению с тем же периодом предыдущего года, но, несмотря на положительную динамику в целом, интенсивного роста экспорта в последние годы не наблюдается. Хотя государство стремится поддерживать производителей высокотехнологичной продукции, готовых работать на внешнем рынке, доля России в мировом экспорте мебели составляет всего 0,25%. Рост объемов международной торговли мебелью в настоящее время обусловлен процессами глобализации в результате сдвигов в размещении мебельного производства и устойчиво высокими темпами роста объемов экспорта у целой группы стран [3].

Мировое потребление мебели растет, а потребительский спрос развивается в качественно новых направлениях. Основными критериями потребительских предпочтений на современном этапе являются функциональность, эргономичность и экологическая безопасность мебельной продукции. «Поворот» рынка к потребителю достигается с помощью инновационного, экологического («органического») мебельного дизайна.

Несмотря на то, что мебельный рынок по-прежнему является одним из консервативных и традиционных, конкуренция сегодня настолько широко распространена, что в некоторых странах эта проблема решается путем введения ввозных пошлин [4].

Сегодня наблюдается не только движение производства мебели в сторону стран с более дешевой рабочей силой, но и переориентация ассортимента на производство мебели более дешевой и простой конструкции.

На современном мебельном рынке быстро меняющийся спрос способствует выживанию, наряду с крупными производителями, большой массы мелких и средних предприятий. Как и в других отраслях, занимающихся производством товаров широкого потребления, мелкие и средние предприятия стали неотъемлемым элементом фирменной



структуры мебельного рынка. В то же время в условиях жесткой конкуренции независимость мелких производителей мебели часто бывает формальной, они оказываются тесно связанными с крупными торговыми корпорациями, а также выступают субпоставщиками более крупных компаний, специализируясь на изготовлении отдельных предметов или деталей мебельной продукции, предназначенных для использования более крупными производителями.

Определяя место России на мировом рынке мебели, следует отметить, что, несмотря на достаточно развитое мебельное производство, в структуре мировой мебельной торговли Россия в течение многих десятилетий устойчиво занимает позиции нетто-импортера, то есть страна больше импортирует продукции, чем экспортирует. По оценкам экспертов АМДПР, в России на долю импортной мебели приходится 55% ее потребления. Это означает, что если в мире в среднем каждый третий предмет мебели закупается по импорту, то в России – каждый второй [5]. Следует понимать, что показатель «открытости» мебельных рынков, рост которого расценивается как положительный фактор, например, в странах Европы, и свидетельствует об углублении специализации их производства, в России будет означать полную катастрофу для отечественных производителей мебели.

В рамках тенденции общего роста российского импорта мебели имеет место еще одно серьезное обстоятельство: высочайшими темпами растет импорт мебели из Китая. Традиционно лидерами среди стран-поставщиков мебели на российский рынок были Италия и Германия, значимыми экспортерами также являлись Польша, Испания, Финляндия, Швеция, Белоруссия. Однако в период с 2007 по 2017 годы наиболее высокими темпами стал развиваться российский импорт мебели из КНР. За 10 лет объемы поставок китайской мебели в Россию выросли почти в 1000 раз. Проблема роста импорта мебели из Китая в настоящий момент активно обсуждается экспертами [6].

Отметим, что наша страна сама стимулирует китайское производство мебели, поставляя древесину в Китай или на китайские деревообрабатывающие предприятия, открытые на российской территории. Китайская мебель, имея преимущество в низкой стоимости, в то же время проигрывает мебели других стран-производителей в оригинальном дизайне.

Мебельная промышленность России обладает более свободным характером размещения и очень тесно взаимосвязана с потребителями. Предприятия данной отрасли представлены во всех экономических районах страны. Исторически сложилось, что производство развивалось в европейских районах России, где присутствует мало леса. Это было связано с тем, что именно там сконцентрировалась большая часть потребителей мебели. Помогало этому и изменение самой сырьевой базы: больше стали



применяться древесностружечные плиты, а также полимерные материалы, обладающие лучшими декоративными и художественными характеристиками. Самыми передовыми районами в нынешнее время остаются Центральный, Северо-Западный и Северо-Кавказский. На их долю приходится практически половина от общего выпуска мебельной продукции. Другие же районы страны, невзирая на довольно высокий уровень технической базы, а также достаточное количество трудовых ресурсов, не способны обеспечить самостоятельно потребителей мебельной продукцией. В связи с этим они вынуждены закупать ее из других районов или из-за рубежа [7].

Мебельная промышленность России специализируется на изготовлении мебели для дома (мягкой, корпусной) (75%) и корпусной офисной и специальной мебели (25%). На рынке преобладают средние и большие предприятия. Рентабельность предприятий мебельного комплекса напрямую зависит от оборудования, сырья и квалификации персонала и составляет 10-15%.

Мебель отечественных производителей характеризуется высоким качеством и пользуется популярностью у населения. Она имеет множество форм, типов и дизайнерских решений, что позволяет ей гармонично вписываться во все стилевые направления. Однако в связи с кризисом увеличивается спрос на мебель среднего уровня качества [8].

Особенностью современного ассортимента мебели стало появление на рынке многофункциональных мебельных изделий, конструкция которых позволяет наряду с основной функцией выполнять целый ряд дополнительных функций. К ним относятся диваны-кровати, оснащенные емкостями для хранения постельных принадлежностей; угловые диваны, имеющие встроенные тумбы и полки для размещения книг, газет, светильников и других предметов; шкафы с откидными кроватями и т.д.

Многие считают, что для успешной работы предприятия нужны большие объемы производства, однако только этого недостаточно. Основной проблемой мебельного бизнеса в России является сбыт продукции. Это обусловлено тем, что мебельный рынок частично занят товарами импортного производства. От спроса на мебельную продукцию зависит напрямую ее себестоимость: чем выше спрос, тем ниже себестоимость.

Кроме того, на мебельном рынке России существует ряд других проблем. К ним относятся: 1) износ оборудования; 2) нехватка специалистов; 3) замедление развития деревообрабатывающего комплекса; 4) конкуренция; 5) высокая стоимость сырья; 6) отсутствие реальной статистики.

Одна из проблем мебельной отрасли – это большое расхождение в статистике, которую предоставляют Росстат и Федеральная таможенная



служба России. АМДПР предложила создать Институт независимых экспертов, который будет призван устранить существующие разногласия в данных. Во многом погрешности в данных обусловлены тем, что сегодня большинство малых предприятий не предоставляют свои данные в Росстат. Они аргументируют это тем, что производят мебель под заказ, а не серийно. Сегодня в любом маленьком поселке или городе есть такие предприятия, но они находятся вне досягаемости Росстата и тем более ФТС. Как результат, официальная численность мебельных предприятий оказывается заниженной [9].

Для решения указанных проблем производителям можно предложить следующие меры:

изучать рынок (конъюнктуру, конкурентов, потребительский спрос);  
разрабатывать свою торговую стратегию в четко определенных форматах по целевой аудитории, уровню конкуренции и специфике региона продаж;

создавать собственные торговые марки, ориентированные на потребительские возможности;

искать и привлекать внешние инвестиции;

привлекать и самостоятельно обучать новых специалистов;

использовать дешевое сырье, энергосберегающие технологии и технологические отходы для вторичной переработки;

переориентировать производство на выпуск мебели более дешевой и простой конструкции.

Подводя итоги исследования, можно резюмировать, что современный мебельный рынок характеризуется интернационализацией производства и растущей конкуренцией. При этом Россия на мировом рынке мебели практически не представлена и сильно зависит от продукции импортного происхождения, особенно китайской. Мебельное производство характеризуется такими проблемами, как концентрация в европейской части страны (что ориентирует потребителей на завозную мебель, в том числе импортную), высокая конкуренция и низкий спрос, высокая себестоимость продукции и др. В качестве их решения отечественным мебельным предприятиям предложено разрабатывать свою торговую стратегию и собственные торговые марки в четко определенных форматах по целевой аудитории, уровню конкуренции и специфике региона продаж.

#### **Список использованных источников:**

1. URL: <https://proderevo.net/industries/furniture/proizvodstvo-mebeli-v-rossii-itogi-2018-goda.html> (дата обращения: 19.01.2021).

2. URL: <https://www.stroypraym.ru/arhitektura/mjebjel/1936-znachenie-mebeli-v-interiere.html> (дата обращения: 19.01.2021).

3. URL: <https://lesprominform.ru/news.html?id=11543> (дата обращения: 20.01.2021).





4. URL: <https://znaytovar.ru/new482.html> (дата обращения: 20.01.2021).
5. URL: <https://azbykamebeli.ru/> (дата обращения: 01.03.2021).
6. URL: <https://bigmebel.com/shop/avangard/> (дата обращения: 01.01.2021).
7. URL: <https://www.xn--80abgfbb6be5b1h.xn--p1ai/> (дата обращения: 20.01.2021).
8. URL: <https://studopedia.org/7-5340.html> (дата обращения: 20.01.2021).
9. URL: [https://www.lesindustry.ru/issues/li\\_n6970/Pyat\\_problem\\_mebelnoy\\_promishlennosti\\_819/](https://www.lesindustry.ru/issues/li_n6970/Pyat_problem_mebelnoy_promishlennosti_819/) (дата обращения: 18.03.2021).

© Казарина Е.Н., Земляк К.Г., 2021

УДК 330.15

## СОВРЕМЕННЫЕ УГРОЗЫ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Камина Е.Л.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

На сегодняшний день энергетика Российской Федерации играет большую роль в системе обеспечения национальной безопасности страны и ее социально-экономического развития. Ее основой является топливно-энергетический комплекс, включающий в себя нефтяную, газовую, угольную и торфяную отрасли, электроэнергетику и теплоснабжение. Именно он является одним из ключевых факторов формирования бюджетной системы России. Поэтому усовершенствование методов развития и защиты энергетической безопасности – одна из приоритетных задач Российской Федерации в современных условиях. Итак, целью данной статьи является выявление и исследование факторов, воздействующих на топливно-энергетический комплекс страны, что в итоге непосредственно влияет на состояние экономической безопасности России.

Анализируя показатели рынков энергоресурсов, основные государственные программы и юридические документы в сфере энергетики Российской Федерации мной были выявлены ключевые угрозы энергетической безопасности России, а также основные причины их возникновения. С этой целью мной были использованы методы сравнительного анализа и системного подхода к изучению данного вопроса.

Россия входит в число мировых лидеров по запасам углеводородного сырья, объемам производства и экспорта энергоресурсов, а также по развитию, использованию и экспорту технологий атомной энергетики. Российская энергетическая инфраструктура, основу которой составляют





Единая энергетическая система России, Единая система газоснабжения, система магистральных трубопроводов для транспортировки нефти и нефтепродуктов, является одной из самых протяженных в мире и функционирует в различных природно-климатических условиях: от арктической до субтропической зоны [1]. Нельзя отрицать, что обеспечение энергетической безопасности является одним из важнейших условий надежности не только экономического, но также и социального и экологического состояния страны, определяющего качество жизни населения, из чего вытекает и видимость эффективности государственного управления. Энергетическая безопасность России опирается на богатейшую сырьевую базу стратегических ресурсов и созданный производственный потенциал топливно-энергетического комплекса (ТЭК), способные обеспечивать поступательное развитие страны, гарантировать ее безопасность. Однако в последние десятилетия, несмотря на энергетическую независимость и самостоятельность, перед Россией все острее встает проблема энергетической безопасности, что связано с неуклонным уменьшением запасов вовлекаемых в освоение объектов и ухудшением характеристик запасов данных месторождений при том, что экспорт сырья, особенно углеводородного, продолжает неуклонно расти.

В связи с необходимостью достижения целей устойчивого развития, определенных Генеральной Ассамблеей ООН, Россия, учитывая и свои национальные интересы, а также экономические и интеллектуальные ресурсы, вносит значительный вклад в обеспечение международной энергетической безопасности. Полноценному участию России в обеспечении международной энергетической безопасности мешают меры ограничительного характера, введенные рядом иностранных государств в отношении Российской Федерации, в том числе в отношении нефтяной и газовой отраслей ее топливно-энергетического комплекса, а также противодействие, оказываемое рядом иностранных государств и международных организаций проектам в сфере энергетики, которые реализуются с участием Российской Федерации.

Последний век развития всемирной энергетики отличился цепью непрекращающихся конфликтов и территориальных источников напряженности, вызванных войной за доступ к энергоресурсам. Именно с этим во многом и было связано и множество последних военно-политических событий: боевые действия НАТО в Ираке и Ливии, продолжающаяся эскалация напряженности вокруг атомных проектов Ирана и Северной Кореи, острые международные конфликты о разделе месторождений углеводородов на Арктическом и Антарктическом шельфах. Агрессивное расширения влияния США и НАТО в странах Ближнего Востока определенно показало их желание установить единоличный контроль за крупными источниками и маршрутами поставок



энергоресурсов. Международная напряженность, нагнетаемая вокруг этого региона, обладающего одними из крупнейших запасов углеводородного сырья, увеличивает и без того высокую волатильность рынков энергоресурсов, оказывая негативное влияние на всю мировую экономику.

Внешнеэкономическими и внешнеполитическими угрозами энергетической безопасности являются:

а) сокращение традиционных для Российской Федерации внешних энергетических рынков и трудности, связанные с выходом на новые энергетические рынки;

б) использование иностранными государствами договорно-правовых, международно-правовых и финансовых механизмов в целях нанесения ущерба топливно-энергетическому комплексу Российской Федерации и ее экономике в целом, в том числе ограничение доступа российских организаций топливно-энергетического комплекса к некоторым современным технологиям и оборудованию, возможности привлечения этими организациями долгосрочного финансирования, осуществления совместных проектов с иностранными партнерами;

в) дискриминация российских организаций топливно-энергетического комплекса на мировых энергетических рынках путем изменения международного нормативно-правового регулирования в сфере энергетики, в том числе под предлогом реализации климатической и экологической политики или диверсификации источников импорта энергоресурсов;

Говоря о климатической и экологической политике, стоит понимать, что на данный момент состояние экологии на планете стало еще одной глобальной проблемой. Это говорит о необходимости обеспечения долгосрочного баланса между удовлетворением растущего спроса на энергию и негативным воздействием энергетики на природную ресурсную базу. На данном этапе своего развития человечество сделало производственную деятельность существенным фактором, сказывающимся на глобальном экологическом равновесии. Сегодня мировое сообщество задает очевидную тенденцию смещения энергетической политики в направлении создания экологически чистых производств. Например, всем известная катастрофа на АЭС «Фукусима» привела к существенному пересмотру подходов к ядерной энергетике во многих странах, которую многие считали низкоуглеродной и, следовательно, чистой и экологически оправданной. Согласно долгосрочным прогнозам развития мировой экономической системы, к 2030 г. она пройдет пик индустриализации, после чего ожидается снижение уровня энергопотребления и энергоемкости национальных экономик. Доля нефти в структуре мирового энергетического баланса, по некоторым оценкам, должна снизиться, а потребление природного газа, напротив, возрастет [2].



Конечно же, на энергетическую безопасность России влияют не только внешние факторы. Во многом существенное влияние оказывают внутренние вызовы. Одним из них является переход Российской Федерации к новой модели социально-экономического развития. Она предусматривает структурное изменение экономики, сбалансированное пространственное и региональное развитие, модернизацию основных производственных фондов организаций, существенное повышение производительности труда и эффективности экономической деятельности. Также существенное влияние оказывает демографическая ситуация в стране, а точнее медленный рост численности населения, увеличение в нем доли граждан старшего поколения, сокращение численности трудоспособного населения, внутренняя и внешняя миграция. Это непосредственно влияет как на перспективы внутреннего спроса на продукцию и услуги организаций топливно-энергетического комплекса, так и на обеспеченность этих организаций трудовыми ресурсами.

Поэтому к внутренним угрозам энергетической безопасности можно отнести:

а) несоответствие возможностей топливно-энергетического комплекса потребностям социально-экономического развития Российской Федерации (энергетический дефицит или избыток энергетических мощностей и инфраструктуры топливно-энергетического комплекса);

б) недостаточная обеспеченность организаций топливно-энергетического комплекса трудовыми ресурсами, в особенности высококвалифицированными кадрами;

в) снижение качества минерально-сырьевой базы топливно-энергетического комплекса (истощение действующих месторождений, уменьшение размеров и снижение качества открываемых месторождений);

г) рост количества преступлений и правонарушений в сфере энергетики (хищения, коррупция, производство и продажа контрафактной продукции, неплатежи);

д) рост количества нарушений в сфере трудовых отношений в организациях топливно-энергетического комплекса, жилищно-коммунального хозяйства и транспорта, в том числе нарушений требований охраны труда, а также случаев проведения незаконных забастовок.

Поэтому целью обеспечения энергетической безопасности является поддержание защищенности экономики и населения страны от угроз энергетической безопасности на уровне, соответствующем требованиям законодательства Российской Федерации. Они касаются в первую очередь воспроизводства минерально-сырьевой базы топливно-энергетического комплекса; надежного и устойчивого обеспечения российских потребителей энергоресурсами стандартного качества и услугами в сфере энергетики; обеспечения энергосбережения и повышения энергетической



эффективности; осуществления экспорта продукции, технологий и услуг организаций топливно-энергетического комплекса; ограничения отрицательного воздействия на окружающую среду и обеспечения экологической безопасности хозяйственной деятельности организаций топливно-энергетического комплекса; защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, возникающих на объектах топливно-энергетического комплекса. Также должны быть предусмотрены совершенствования госуправления в отрасли, поддержание минерально-сырьевой базы и основных производственных фондов организаций ТЭК на необходимом уровне, совершенствование территориально-производственной структуры ТЭК, обеспечение международно-правовой защиты интересов российских организаций ТЭК и энергомашиностроения, поддержка экспорта их продукции, технологий и услуг, обеспечение технологической независимости ТЭК и повышение его конкурентоспособности.

Таким образом, сегодня для предотвращения угроз энергетической безопасности Российской Федерации необходимо обеспечить максимально эффективное использование топливно-энергетических ресурсов. Именно так можно добиться роста экономики и улучшения уровня жизни населения.

#### **Список использованных источников:**

1. Указ Президента РФ от 13 мая 2019 г. № 216 “Об утверждении Доктрины энергетической безопасности Российской Федерации”. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72140884/#review> (дата обращения: 17.04.2021).

2. Мировая энергетика – 2050 (Белая книга)/ Под ред. Бушуева В.В. (ГУ ИЭС), Каламанова В.А. (МЦУЭР) – М.: ИЦ “Энергия”, 2011. – 360 с. URL: [http://www.energystrategy.ru/editions/white\\_book2.htm](http://www.energystrategy.ru/editions/white_book2.htm) (дата обращения: 17.04.2021).

3. Шпак Анастасия Сергеевна, Николаева Лия Владимировна, Ходько Анастасия Сергеевна Внешние и внутренние угрозы энергетической безопасности российской Федерации на современном этапе // Наука без границ. 2018. №11 (28). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vneshnie-i-vnutrennie-ugrozy-energeticheskoy-bezopasnosti-rossiyskoy-federatsii-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 24.03.2021).

4. Швец Н.Н. Современные проблемы обеспечения энергетической безопасности России в сфере электроэнергетики и пути их решения // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2013. №31. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-problemy-obespecheniya-energeticheskoy-bezopasnosti-rossii-v-sfere-elektroenergetiki-i-puti-ih-resheniya> (дата обращения: 19.04.2021).

© Камина Е.Л., 2021



УДК 656.025

## АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ГРУЗОВЫХ АВТОМОБИЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Корнейчик Д.В., Бухтик М.И.

*Учреждение образования «Полесский государственный университет», Беларусь*

В статье отражен анализ состояний грузовых автомобильных перевозок в Республике Беларусь. Произведена оценка грузооборота и перевозки грузов по видам транспорта.

Современные условия жизни диктуют необходимость стремительного развития глобальной транспортной системы. Экономика и социальная сфера любого государства напрямую зависят от рациональной организации транспортных систем, включающих в себя как пассажирские, так и грузоперевозки.

Транспортный комплекс является важнейшим звеном экономико-социальной инфраструктуры страны и призван своевременно и качественно обеспечивать потребность населения в перевозках и услугах, жизнедеятельность всех отраслей экономики и национальную безопасность государства.

Транспортный комплекс объединяет следующие виды транспорта: автомобильный; железнодорожный; водный; воздушный; трубопроводный; городской электрический; метрополитен.

Все виды транспорта Республики Беларусь составляют единую транспортную систему (ЕТС), которая представляет собой совокупность взаимодействующих независимо от форм собственности и ведомственной подчинённости видов транспорта – путей сообщения и транспортных средств, обеспечивающих погрузочно-разгрузочные работы, перевозку людей и грузов с использованием современных прогрессивных технологий в целях наилучшего удовлетворения спроса населения и грузовладельцев на транспортные услуги.

ЕТС в совокупности представляет собой материально-техническую базу всех видов транспорта, их технических средств, а также мощности, пропускную способность, совместимость и дополняемость технологий. Республика Беларусь находится на пересечении железнодорожных и автомобильных магистралей, систем нефте- и газопроводов, систем связи между Европой и регионами России, азиатскими странами [1].

В транспортном комплексе Республики Беларусь насчитывается на 1 января 2019 года 11,5 тыс. организаций всех форм собственности, более 102 тыс. км автомобильных дорог, 5,48 тыс. км железнодорожных путей общего пользования, а также порядка 12 тыс. км магистральных трубопроводов [2].



Рассмотрим структуру перевозки грузов по видам транспорта в Республике Беларусь за 2018-2020 год.

Таблица 1 – Грузооборот по видам транспорта за 2018-2020 год, миллионов тонно-километров. Источник: собственная разработка на основании данных [3].

	2018		2019		2020		Отклонение	
	млн. тонно-км.	доля в общем объеме грузов, %	млн. тонно-км.	доля в общем объеме грузов, %	млн. тонно-км.	доля в общем объеме грузов, %	2019/2018	2020/2019
Все виды транспорта, в т.ч.:	138838	100,0	130842	100,0	123158	100,0	-7996	-7684
трубопроводный	58071	41,83	54071	41,33	51854	42,1	-4000	- 2217
железнодорожный	52574	37,87	48205	36,84	42240	34,3	-4369	-5965
автомобильный	28082	20,23	28516	21,79	28778	23,5	434	262
внутренний водный	37	0,03	33	0,02	30	0,03	-4	-3
воздушный	75	0,05	48	0,03	76	0,07	- 27	28

Анализируя табл. 1, можно сказать, что в структуре перевозки грузов наибольшую долю занимает трубопроводный транспорт. В 2020 году его данные составляли 51854 млн. тонно-километров, что на 6217 млн. тонно-километров меньше, чем в 2018 году. Грузооборот железнодорожного транспорта за анализируемый период уменьшился на 10334 млн. тонно-километров и в 2020 году он составил 42240 млн. тонно-километров. Объем автомобильных перевозок незначительно растет с каждым годом, и его доля в общем объеме за данный период составляет 20-23%. Внутренний водный и воздушный транспорт в общей сумме занимает меньше 1%.

В общем, по всем видам перевозки грузов, наблюдается снижение объемов грузооборота на 15680 млн. тонно-километров или 8,9%.

Для оценки эффективности деятельности транспортной системы, используются такие показатели, как объем перевозок (пассажиры и грузов) или пассажирооборот и грузооборот.

Рассмотрим табл. 2, в которой отражены перевозки грузов по видам транспорта.

Исходя из данных табл. 2, в 2020 году наибольший объем грузоперевозок осуществлялся автомобильным транспортом – 159785 тыс. тонн, что составило 40,08% от общего объема грузоперевозок. Данный показатель снизился на 11091 тыс. тонн по сравнению с 2018 годом.

Заметен незначительный рост грузоперевозок внутренним водным транспортом. Так в 2018 году данный показатель составил 2195 тыс. тонн или 0,48%, а в 2020 году – 2696 тыс. тонн или 0,68%, что на 501 тыс. тонн больше, чем в 2018 году.



Объем грузоперевозок трубопроводным транспортом имел отрицательный рост, так к 2020 году он снизился на 14009 тыс. тонн и составил 111208 тыс. тонн или 27,89%.

Таблица 2 – Перевозка грузов по видам транспорта за 2018-2020 гг., тыс. тонн. Источник: собственная разработка на основании данных [3].

	2018		2019		2020		Отклонение	
	тыс. тонн	доля в общем объеме, %	тыс. тонн	доля в общем объеме, %	тыс. тонн	доля в общем объеме, %	2019/2018	2020/2019
Все виды транспорта, в т.ч.:	455503	100,0	427849	100,0	398678	100,0	-27654	-29171
трубопроводный	125217	27,49	118364	27,67	111208	27,89	-6853	-7156
железнодорожный	157164	34,50	145531	34,01	124957	31,34	-11633	-20574
автомобильный	170876	37,51	161686	37,79	159785	40,08	-9190	-1901
внутренний водный	2195	0,48	2241	0,52	2696	0,68	46	455
воздушный	52	0,01	28	0,01	32	0,01	-24	4

Перевозка грузов воздушным транспортом с 2018 года имел тенденцию снижения. Так в 2020 году он составлял 32 тыс. тонн, что на 20 тыс. тонн меньше, чем в 2018 году. Следует отметить, что объемы перевозки грузов воздушным транспортом незначительны.

Объем грузоперевозок железнодорожным транспортом за анализируемый период значительно снизился. С 2018 по 2020 год он снизился на 32207 тыс. тонн. К концу анализируемого периода объем составил 124957 тыс. тонн или 31,34%.

В целом объем грузоперевозок в Республике Беларусь в 2020 году по сравнению с 2018 годом снизился на 56825 тыс. тонн.

В процессе перевозки происходит не только перемещение груза, но и его накопление, разукрупнение, консолидация, выдача получателю. Все это обуславливает необходимость непрерывного и эффективного управления транспортным потоком, включая планирование перевозок, их рационализацию с исключением излишне дальних, встречных и повторных перевозок.

Для планирования, учета и анализа работы подвижного состава грузового автомобильного транспорта применяется система показателей, позволяющая оценивать степень эффективности использования подвижного состава и результаты его работы.

Объемными показателями работы автомобильного транспорта являются выполненный объем перевозок в тоннах и грузооборот в тонно-километрах [4].

Для дальнейшего развития транспортной системы страны, министерство транспорта и коммуникаций Республики Беларусь предпринимает ряд мер, направленных на повышение эффективности пассажиропотоков и грузопотоков на территории Республики Беларусь.



Стратегия инновационного развития транспортного комплекса Республики Беларусь до 2030 года определяет долгосрочные цели, задачи и направления инновационного развития.

Основной целью реализации данной стратегии является формирование приоритетных направлений инновационного развития транспортного комплекса республики, обеспечивающих конкурентоспособность и безопасность транспортных услуг, повышение эффективности использования транспортной инфраструктуры для полного удовлетворения потребностей экономики государства и населения.

В ходе реализации данной стратегии будут решены следующие задачи:

создание благоприятных условий для внедрения инноваций в транспортной деятельности;

повышение качества и доступности транспортных услуг;

обеспечение транспортной безопасности;

повышение скорости доставки грузов и перевозки пассажиров.

Подводя итог, можно сказать, что развитие грузовых автомобильных перевозок страны, должно стать одним из основных факторов, обеспечивающих устойчивый рост экономики страны [5].

#### **Список использованных источников:**

1. Антюшеня Д. М. Транспортно-логистическая система Республики Беларусь: становление и развитие / Д. М. Антюшеня. Минск: БНТУ, 2016. 222с.

2. Автомобильные перевозки в Республике Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://thisislogistics.blogspot.com/2018/01/blogpost\\_37.html](https://thisislogistics.blogspot.com/2018/01/blogpost_37.html). – Дата доступа: 16.04.2021.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. - Дата доступа: 15.04.2021

4. Единая транспортная система и география транспорта [Электронный ресурс] / Транспорт, его значение в жизни общества и экономики страны. –Режим доступа: <https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/>. – Дата доступа: 16.04.2021.

5. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь / О Государственной программе «Транспортный комплекс» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. - Режим доступа [https://pravo.by/upload/docs/op/C22100165\\_1616792400.pdf](https://pravo.by/upload/docs/op/C22100165_1616792400.pdf) - Дата доступа : 16. 04. 2021

© Корнейчик Д.В., Бухтик М.И., 2021



УДК 677

## ТЕКСТИЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В РОССИИ: АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Корягина А.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Череповецкий государственный университет», Череповец*

В статье рассматриваются крупнейшие предприятия России по производству текстильных изделий и их основные финансовые показатели, проводится анализ состояния предприятий текстильной промышленности в РФ, выявляются причины, препятствующие развитию, а также указываются инновационные методы развития и процессы цифровой трансформации.

Текстильная промышленность представляет собой совокупность отраслей легкой промышленности, которая занимается выработкой тканей, нетканых полотен, трикотажа и других изделий из различных видов растительных, химических (синтетических и искусственных) и животных волокон.

Текстильная промышленность относится к важнейшим отраслям производства, которая изготавливает предметы первой необходимости для человечества. Развитие предприятий текстильной отрасли позволяет обеспечить национальную безопасность, так как выпускаемая продукция используется не только людьми для удовлетворения потребностей в виде одежды и домашнего текстиля, но и является необходимым вспомогательным ресурсом для мебельной, автомобильной, химической и других отраслей промышленности, а также в здравоохранении, сельском хозяйстве, военно-промышленном комплексе и т.д. [1].

В настоящее время текстильная промышленность является развивающейся сферой, ее продукция применяется для экспорта [2]. Существует огромное количество предприятий, занимающихся в данной области. По данным системы бухгалтерского и складского учета (СБИС) [3], в табл. 1 отражены крупнейшие предприятия России по производству текстиля и их основные финансовые показатели на конец 2019 г.



Таблица 1 – Основные финансовые показатели текстильных предприятий России, 2019 г.

Название компании	Год основания	Среднесписочная численность сотрудников (чел.)	Уставный капитал (в руб.)	Выручка (в руб.)	Прибыль (в руб.)	Рыночная стоимость компании (в руб.)
ОАО «Трехгорная мануфактура» (Москва)	1992	215	107,7 млн.	2,15 млрд.	487,62 млн.	2,6 млрд.
ООО «Карго Фиксинг Текнолоджис» (Московская область)	2014	5	10 тыс.	20,26 млрд.	2,21 млн.	7,3 млн.
ООО «ТДЛ Текстиль» (Иваново)	1995	364	60 млн.	9,72 млрд.	378,41 млн.	447,7 млн.
ООО «Авангард» (Санкт-Петербург)	2001	749	10 млн.	8,73 млрд.	167,42 млн.	3 млрд.
ОАО «Борисоглебский трикотаж» (Воронежская область)	1992	180	9,2 млн.	467,26 млн.	8,02 млн.	249,4 млн.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что наибольшую прибыль имеет ОАО «Трехгорная мануфактура» – 487,6 млн. руб., а наибольшую выручку ООО «Карго Фиксинг Текнолоджис» – 20,26 млрд. руб. Самая высокая рыночная стоимость наблюдается у ООО «Авангард» – 3 млрд. руб.

По данным Федеральной службы государственной статистики [4] был проведен анализ состояния предприятий текстильной промышленности в Российской Федерации за 2017-2018 гг. (табл. 2).

Таблица 2 – Состояние предприятий текстильной отрасли в РФ, 2017-2018 гг.

Показатель	2017 год	2018 год
Степень износа основных производственных фондов	46,6%	49,1%
Коэффициент обновления основных фондов	14,7%	8,0%
Объем инвестиций в основной капитал	10,0 млрд. руб.	11,3 млрд. руб.
Затраты на разработку и внедрение технологических инноваций	848045 млн. руб.	886785 млн. руб.
Уставный капитал	14931,8 млн. руб.	14531,9 млн. руб.
Среднегодовая численность работников	51,0 тыс. чел.	51,5 тыс. чел.
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата	22371 руб.	25179 руб.

По таблице можно сделать следующие выводы:

1. Основные производственные фонды имеют высокую степень износа (почти 50%) и низкий коэффициент обновления (менее 10%). Это указывает на то, что обновление фондов практически не осуществляется.



2. Увеличение объема инвестиций в основной капитал свидетельствует о том, что предприятия осуществляют внедрение инновационных технологий в производство и обновление продукции.

3. Затраты на разработку и внедрение технологических инноваций выросли, то есть предприятия совершенствуют процессы производства и выпускаемую продукцию для повышения рыночной стоимости компании и получения наибольшей прибыли.

4. Произошло уменьшение размера уставного капитала на 400 млн. руб. Сокращение данного показателя позволяет восстановить финансовый баланс предприятия, снизить ненужные расходы и уберечь от банкротства. Однако, предприятия могут понести большие убытки, приобрести экономическую нестабильность и потерять инвестиционную привлекательность.

5. Среднегодовая численность работников практически не изменилась.

6. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников за год увеличилась на 2808 руб. Стоит отметить то, что отрасль по производству текстильных изделий является одной из самых низкооплачиваемых.

У предприятий текстильной промышленности существует ряд проблем, которые препятствуют их развитию [5]. Во-первых, отсутствует возможность получения «длинных денег», то есть долгосрочных инвестиций или кредитов. У инвесторов нет желания вкладываться в текстильную отрасль российских производителей из-за высокой конкурентоспособности других стран (Китай, Узбекистан, Туркменистан и др.), а кредиты предприятиям промышленности текстиля взять довольно сложно. Государство оказывает финансовую поддержку, но имеет на это ограниченные возможности. Во-вторых, зависимость от импорта сырья. Практически все оборудование и сырье приобретается за рубежом. В-третьих, низкий уровень использования инновационных технологий в производстве из-за недостаточного количества материальных ресурсов для внедрения инноваций. В-четвертых, дефицит высококвалифицированных кадров в связи с непрестижностью профессий легпрома.

Большинство предприятий не могут пережить эти проблемы, поэтому уходят в убыток, а затем и вовсе ликвидируются с рынка.

Предприятия текстильной промышленности могут повысить экономическую эффективность, конкурентоспособность и качество выпускаемой продукции благодаря инновационному развитию и цифровой трансформации. К первой группе развития следует отнести научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИР и НИОКР), комплексную модернизацию производства, совершенствование процессов проектирования и технологической подготовки производства [6]. Ко второй





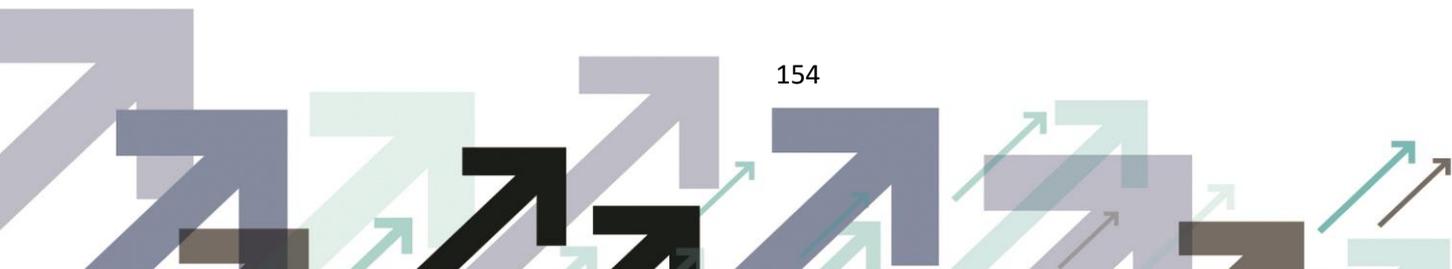
группе развития – автоматизацию производственных процессов, цифровую печать на ткани, кастомизацию (индивидуализацию) изделий, цифровую торговлю и т.п. [7].

Таким образом, текстильная промышленность социально значима и занимает ведущее место среди отраслей не только легкой промышленности, но и промышленности в целом. Прорыв и конкурентоспособность текстильных предприятий могут быть достигнуты благодаря использованию различных инновационных методов развития и процессам цифровизации.

### Список использованных источников:

1. Шевченко И.К., Развадовская Ю.В., Марченко А.А. Текстильная промышленность в России: история и современность // Terra Economicus. 2019. № 1. С. 131-149. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37296837>
2. Юань Чжэнь. Особенности современного развития легкой промышленности как сектора экономики // проблемы современной экономики. 2017. № 2. С. 166-169. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sovremennogo-razvitiya-legkoj-promyshlennosti-kak-sektora-ekonomiki>
3. Официальный сайт СБИС URL: <https://sbis.ru/contragents>
4. Акимова И.В., Бажева М.А., Базылева Е.Ю. и др. Промышленное производство в России. 2019: Стат.сб./Росстат. URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Prom\\_proiz-vo2019.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Prom_proiz-vo2019.pdf)
5. Селиванова У.И. Текстильная отрасль промышленности России: состояние и перспективы развития // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. 2014. № 7. С. 59-64. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22512220>
6. Лукманова И.Г. Ключевые драйверы инновационно-технологического развития предприятий текстильной промышленности // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2018. №6. С. 31-36. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37752972>
7. Саиди Д.Р., Махмудова Ф.М. Преимущества цифровизации легкой промышленности // Universum: технические науки. 2020. № 1. С. 58-60. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42415996>

© Корягина А.Н., 2021





УДК 338.45

## УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗОЛОДОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Лобанова В.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Череповецкий государственный университет», Череповец*

Золотодобывающая промышленность – крупнейшая отрасль добывающей промышленности. Хранение золота может быть очень длительным, поэтому это привлекательный и удобный способ не только вложения, но и накопления.

Россия занимает третье место в мире по производству золота, первые две позиции занимают Китай и Австралия [5].

Отечественный рынок золотодобывающей промышленности много лет показывает устойчивость, рост и надежность. Поэтому создание благоприятных условий развития деятельности золотодобывающих компаний в России является экономически целесообразным решением, обеспечивающим стабильность отрасли и развития внешних политических связей.

По данным Росстата составим сравнительную таблицу коэффициентов обновления и выбытия основных фондов добывающей промышленности с 2017 года [14].

Таблица 1 – Коэффициенты обновления и выбытия основных фондов добывающей промышленности

Коэффициент обновления (ввод в действие основных фондов, в процентах от наличия основных фондов на конец года), %				Коэффициент выбытия (ликвидация основных фондов, в процентах от наличия основных фондов на начало года), %		
год	2017	2018	2019	2017	2018	2019
коэффициент	8.8	8.8	8.1	0.8	0.8	0.8

Значение коэффициента выбытия меньше 1. Это дает нам сделать вывод, что срок службы основных фондов достаточно высок. Так как коэффициенты обновления и коэффициенты выбытия примерно равны, то основные фонды добывающей промышленности стабильны.

Для того чтобы оценить износ основных фондов, составим таблицу на основе данных Росстата по добывающей отрасли.

Таблица 2 – Износ основных фондов добывающей промышленности 2017-2019г. в процентах к наличию основных фондов на начало отчетного года

Год	2017	2018	2019
Коэффициент, в %	8.5	8.6	7.7

Процент износа варьируется от 7.7 до 8.6. Норму процента износа устанавливают предприятия. Но вышепоказанные значения не имеют высокого показателя и относительно стабильны, поэтому можно сделать



вывод, что лишь меньше одной десятой части всех основных фондов самортизированы.

Для того, чтобы оценить современное состояние предприятий золотодобывающей промышленности, рассмотрим крупнейшие российские предприятия и сравним некоторые статистические показатели («Полюс» и «Полиметалл»).

Российская компания ПАО «Полюс», позиционирующая себя как «эталон золотодобычи» [10], входит в шестерку крупнейших мировых компаний [13]. По данным Национального рейтингового агентства, в соответствии с МСФО (Международные стандарты финансовой отчетности), выручка компании в 2019 году составила 4005 млн. долл. США (по курсу на 31.12.2019).

Российская компания «Полюс» производит четверть всего российского золота [2]. Основные предприятия расположены в 4 субъектах Российской Федерации: Красноярский край; Иркутская область; Магаданская область; Республике Саха (Якутия).

На данный момент (23.03.2021) цена одной акции ПАО «Полюс» 14128 рублей. Число акций компании – 135 млн. Аналитики RAIFFEISEN RESEARCH, RENAISSANCE CAPITAL, VTB CAPITAL дают высокую оценку и советуют покупать акции компании. Финансовый портал «Финам» отмечает, что потенциал роста (в 12 месяцев) цены акции равен 21,4%. Это показывает стабильность, устойчивость и рост [9].

По данным Федресурс уставной капитал равен 136069400,11 руб. [15].

По данным с официального корпоративного сайта среднесписочная численность сотрудников – 19674 человек (2019 год). Социальная политика компании достаточно обширна. Компания предлагает своему персоналу ряд дополнительных гарантий, например, компенсацию затрат на питание, оздоровительные программы, страхование жизни. Анализируя источники с вакансиями (headhunter, работа.ру, indeed), можно сделать вывод, что средняя зарплата варьируется примерно от 56000 рублей до 140000 рублей в месяц.

Отчет устойчивого развития компании показывает, что показатели снижения удельных выбросов парникового газа равны 16,1%, а показатели повторного использования воды – 93,55%. В компании создана специальная система менеджмента, отвечающая за охрану окружающей среды, а именно: охрана окружающей среды, охрана атмосферного воздуха, использование водных ресурсов, управление отходами, восстановление нарушенных земель, сохранение биоразнообразия, программа «изменение климата», управление и эксплуатация хвостохранилищ. Данная система постоянно совершенствуется. Благодаря этому наблюдается снижение негативного воздействия на окружающую среду. Все показатели фиксируются в ежегодных отчетах и отчетах устойчивого развития.



Российская компания ПАО «Полиметалл». В 2019 году выручка предприятия составила 2246 млн. долл. США (по курсу на 31.12.2019). Компания «Полиметалл» показывает наибольшую финансовую устойчивость среди российских компаний. Полиметалл имеет активы не только в России, но и в Казахстане и Армении [7]. Компания ведет добычу золота в Свердловской области; Магаданской области; Хабаровском крае; Карелии; Якутии; на Чукотке.

Проанализируем данные из бухгалтерского отчета за 2011-2019 года [3]. На 2019 год компания имеет активы на 127909 млрд. руб., из них: чистые активы – 28833 млрд. руб.; внеоборотные – 106003 млрд. руб. Размер уставного капитала – 72134211,20 руб.

В настоящее время (23.03.2021) стоимость одной акции «Полиметалла» составляет 1475,50 рублей. Объем выпуска акции на 31.12.2020 равен 471818000 штук. Это количество превышает в 3,5 раза количество акции ПАО «Полус».

Количество сотрудников в компании – 11611 человек. По данным с популярных источников поиска работы можно сделать вывод, что средняя зарплата варьируется примерно от 53000 руб. до 157000 руб. в месяц. По данным блога Smart-lab производительность труда представлена в табл. 3 [11].

Таблица 3 – Производительность труда по данным Smart-lab

Год	2016	2017	2018	2019
Производительность труда млн. руб./чел./год	10.1	9.01	9.72	12.5
Изменения	-	-10%	+8%	+29%

Можно увидеть рост значений производительности труда.

Современный уровень золотодобывающей промышленности зависят от факторов [6]:

- падение цен на золото (с 2013 года), но ожидаемый рост (с 2020);
- большое (избыточное) количество предложений на мировом рынке, связанное с высокими показателями добычи в Китае;
- спад добычи золота.

Анализируя вышеперечисленные факторы, хочется отметить, что наиболее влиятельным на рынок, является именно то, что спад добычи золота может быть следствием истощения природных ресурсов в отдельных регионах [8]. Помимо этого фактора, зачастую, спад добычи происходит из-за недостаточного финансирования отрасли или его полного отсутствия.

Руйга И.Р. выделяет внутренние и внешние факторы [12], которые сдерживают развитие золотодобычи. Рассмотрим основные факторы и проанализируем их. К внутренним факторам мы относим:

1. Высокий износ основных фондов предприятия. Данная проблема может вызвать материальные убытки из-за износившегося фонда. Причины проблемы заключаются в том, что обслуживание, контроль, ремонт



основных фондов вызывает затраты, поэтому зачастую на этом экономят. В результате ненадлежащего контроля основные фонды изнашиваются и вероятность появления неблагоприятных последствий увеличивается [4].

2. Сложные условия (горно-геологические, экономико-географические) разработки месторождений. То есть необходима тщательная оценка целесообразности промышленного освоения выбранного месторождения.

3. Высокая стоимость логистики. Данный фактор связан со сложными условиями. Зачастую сложно добраться до выбранного месторождения, поэтому возникают проблемы логистики.

4. Недостаточное внимание к вопросам, связанными с экологией и окружающей средой. Загрязнение рек на многие километры, деградация ландшафтных пород (медленное восстановление после проведенных работ) – одни из немногих последствий, которые могут быть вызваны работами на месторождениях ископаемых [16].

5. Отсутствие высококвалифицированных кадров. Высокая текучесть кадров в более конкурентоспособные предприятия приводят к многочисленным ошибкам на производстве.

К Внешним факторам мы отнесем:

1. Падение мировых цен на золото. (с 2020 года рост цены на золото на 25,1%) [1].

2. Недостаточное количество государственных мер по поддержке золотодобывающей отрасли. В основном законодательство пытается сосредоточить свои силы на экологической составляющей. Это ужесточает правила и процессы работы. Так же сюда входят: длительность административного согласования различных разрешений и реализации проектов; трудный процесс получения инвестиционных ресурсов; высокие кредитные ставки; высокие цены на электроэнергию.

Вышеперечисленные факторы сильно влияют на конкурентоспособность не только на российском рынке, но и на международном. Многие из них являются блокаторами производства и должны быть сведены к минимуму.

Золотодобывающая отрасль является одной из ключевых отраслей Российской экономики. Её развитие и усиление способствует развитию государства не только внутреннее, но и на международном уровне.

#### **Список использованных источников:**

1. Абрамов А.Е., Косырев А.Г., Радыгин А.Д., Чернова М.И. МИРОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ В 2020 Г.: ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ИТОГИ // Экономическое развитие России. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovye-finansovye-rynki-v-2020-g-predvaritelnye-itogi>



2. Бахтерева Ю.А., Гудилин А.А., Скрыбин О.О. Особенности инвестиционной деятельности оао «Полюс Золото» в период финансового кризиса в России // ГИАБ. 2016. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-investitsionnoy-deyatelnosti-oao-polyus-zoloto-v-period-finansovogo-krizisa-v-rossii>

3. Бухгалтерская отчетность и финансовый анализ ПАО «Полиметалл»// URL: [https://www.audit-it.ru/buh\\_otchet/7805104870\\_aopolimetall](https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7805104870_aopolimetall)

4. Вылегжанина Е. В., Росляков В. А. Проблема высокой степени износа основных средств на обрабатывающих предприятиях в России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. №12-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-vysokoy-stepeni-iznosa-osnovnyh-sredstv-na-obrabatyvayuschih-predpriyatiyah-v-rossii>

5. Гришунин С. Юрова А. Золотодобывающие компании: на ценовой волне// Национальное рейтинговое агентство. 2020. С. 5. URL: <https://roscongress.org/materials/zolotodobyvayushchie-kompanii-na-tsenovoy-volne/>

6. Заернюк В. М., Черников Л. И., Забайкин Ю.В. Тенденции, проблемы и перспективы развития золотодобывающей отрасли России // Финансовая аналитика: проблемы и решения. - 2017. - т.10. - № 9. - С. 972-986. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30025895>

7. Компания "Полиметалл" внедряет Geobank // Горная промышленность. 2018. №3 (139). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompaniya-polimetall-vnedryaet-geobank>

8. Митина Э.А., Вакуленко Е.А. Современное состояние, проблемы и перспективы развития золотодобывающей отрасли России // Инновационная наука. 2016. №8-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-problemy-i-perspektivy-razvitiya-zolotodobyvayuschey-otrasli-rossii>

9. Полюс - компания с большим потенциалом роста добычи золота /finam/2021.URL: <https://www.finam.ru/international/imdaily/polyus-kompaniya-s-bolshim-potencialom-rosta-dobychi-zolota-20210322-19096/>

10. Полюс// URL: <https://sustainability.polyus.com/ru/mission/>

11. Производительность труда Полиметалл// Smart-lab// URL: [https://smart-lab.ru/q/POLY/f/y/MSFO/labour\\_productivity/](https://smart-lab.ru/q/POLY/f/y/MSFO/labour_productivity/)

12. Руйга И.Р., Тетерин Ю.А. Золотодобывающая промышленность России: тенденции, проблемы и перспективы развития // Инновационная наука. 2015. №12-1. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25117522>

13. Тенсин П. Топ-5 крупнейших золотодобытчиков в мире// Bcs express. 2019. URL: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/top-5-krupneishikh-zolotodobytchikov-v-mire>



14. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru>

15. Федресурс// <https://fedresurs.ru>

16. Чувилин А. Г. Экологические проблемы добычи, транспортировки, переработки и использования золота на Озерновском рудном поле Карагинского района // Вестник КамчатГТУ. 2012. №21. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskie-problemy-dobychi-transportirovki-pererabotki-i-ispolzovaniya-zolota-na-ozernovskom-rudnom-pole-karaginskogo-rayona>

© Лобанова В.А., 2021

УДК 330.15

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА РОССИЙСКИХ ЗАПАСОВ НЕФТИ И ГАЗА

Маризина А.А., Балаева А.Ю.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева», Самара*

В статье рассматривается современное состояние запасов нефтегазовых ресурсов, выявлены основные проблемы в добыче энергетических ресурсов и представлены основные решения.

Российская Федерация обладает крупными запасами энергетических ресурсов, солидной промышленной базой и инфраструктурой в сфере энергетики. Нефть и газ являются главными природными богатствами России, от рационального использования которых зависит ее могущество и процветание. Наибольшие доходы в федеральный бюджет страны приносит экспорт природного газа и нефти (2-е место в мире) от 30 до 40%.

В 2019 году Россия установила рекорд по добыче нефти за весь постсоветский период – 560,2 млн. т нефти, что эквивалентно 11,25 млн. баррелей в сутки. В рекордном 1987 году в стране добывали 11,416 млн. баррелей в день. В 2020 году добыча нефти снизилась на 17%, газа – на 9,5%. В настоящее время в России разведано 2716 месторождений нефти (28,9 млрд. т запасов). Однако, довольно часто встает вопрос об истощаемости разведанных месторождений и труднодоступности добычи энергоресурсов. Глава Роснедр Евгений Киселев утверждает, что нефтегазовых запасов хватит на 58 лет, а рентабельных запасов на 19 лет. Две трети нефти, найденной в недрах, приходится на трудноизвлекаемые запасы, расположенные, в частности, в Арктике.

За первую половину 2020 года в России удалось найти и поставить на государственный баланс 11 новых месторождений углеводородного сырья. Впрочем, объем запасов этих месторождений составил всего 30 млн. тонн.





Это в 9 раз меньше, чем было добыто за тот же период (около 270 млн. тонн). Из всех залежей подавляющее большинство относятся к категории мелких и очень мелких. Лишь одно месторождение по категориям АВ1С1 является «средним». Это Новоогненное месторождение в Ямало-Ненецком автономном округе, об открытии которого объявила «Роснефть». Впрочем, и оно имеет запасы в размере всего 21 млн. тонн (по категориям С1+С2). Это 4% от текущей годовой добычи в стране и примерно 4 недели российского нефтяного экспорта. В прошлом году ситуация была не лучше: все 59 месторождений, поставленных на государственный баланс, относились к категории «мелких».

В среднем новыми открытиями компенсируется не более 25% выбывающих запасов нефти. При этом значительная часть открытий, о которых рапортуют сырьевые компании и которые регистрирует государство, оказываются «фейковыми» и не подтверждаются в результате переоценки, разведки и добычи.

Основные проблемы, решение которых способно улучшить состояние нефтегазового сектора:

снижение рационального использования нефтегазодобычи до 0.29. Это значит, что более 70% запасов остается под землей. Производственные показатели нефтяных компаний остаются на низком уровне. Степень обводненности крупных месторождений достигает 80%. Это означает неэффективность и экономическую нецелесообразность разрабатываемых месторождений. Также подходит к концу срок эксплуатации технологических и технических мощностей нефтегазового комплекса;

ухудшаются геологические и климатические условия разведки, разработки сырья. Увеличивается удаленность месторождений от центров сбыта и переработки. Нефтегазовый комплекс для исправления ситуации требует ежегодных инвестиций в размере 40 млрд. дол;

наблюдается отставание РФ от развитых государств по всем ключевым параметрам в области инноваций. Не разрабатываются механизмы стимулирования по внедрению новых технологий, нет единых стандартов и положений, готовых к использованию;

несовершенство законодательства;

лицензирование крупных госпредприятий;

отсутствие нормативно-технической базы.

На суше новых, интересных для нефтяников территорий осталось немного. В первую очередь это Ямал – самая северная часть богатой ресурсами Западно-Сибирской нефтегазовой провинции (НГП) – и Восточная Сибирь, большую часть которой охватывает Лено-Тунгусская НГП. Дальнейшее освоение Восточной Сибири также предполагает движение на север и решение сложных логистических и инфраструктурных задач. Впрочем, это имеет смысл: перспективными на нефть и газ считаются



три четверти общей площади Восточной Сибири (3,2 млн. кв. км). По официальным данным, общие ресурсы углеводородов Восточной Сибири оцениваются в 8,8 млрд. тонн нефти и 31,9 трлн. куб. м газа, однако основная часть – это прогнозные ресурсы, степень разведанности которых очень низка (около 3%).

Таким образом, для дальнейшей эффективной добычи и сохранения нефтегазовых месторождений можно предпринять следующие меры:

- создание нового морского бурового оборудования;
- создание специальной госпрограммы по освоению нефтегазовых ресурсов континентального шельфа и комплекс мер по ее реализации;
- увеличение финансирования в разведку нефтегазовых месторождений;
- применение качественного нового подхода и технологий к разработке и добычи энергетических ресурсов.

**Список использованных источников:**

1. Ахметов, С. А. Нефтегазовый комплекс России и мира. Состояние и перспективы развития. *Neftegaz*, 2020. – № 6. – Режим доступа: <https://magazine.neftegaz.ru/articles/rynok/556001-neftegazovyy-kompleks-rossii-i-mira-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya/>
2. Нефть на завтра. Сибирская нефть, 2015. № 123. – URL : <https://www.gazprom-neft.ru/press-center/sibneft-online/archive/2015-july-august-projects/1108609/>

© Маризина А.А., Балаева А.Ю., 2021

УДК 330.15

**ОСНОВНЫЕ ПРОГНОЗЫ И УГРОЗЫ  
РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА  
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Маризина А.А., Балаева А.Ю.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева», Самара*

В статье отражены основные угрозы российского энергетического сектора, а также представлен и проанализированы прогнозы дальнейшего развития российской энергетики.

В настоящее время Россия является одним из крупнейших экспортёров нефти и газа (2-е место по добыче нефти и газа за 2020 год). Основным интерес России, как экспортёра топливно-энергетических ресурсов – это сохранение и увеличение действующих энергетических проектов, получение максимальной прибыли от продажи и транспортировки газа и нефти.





2020 год стал переломным моментом как в экономике, так и в энергетической отрасли РФ. Спад экономики России в этом году составил 8%. Наибольший спад пришелся на рентные и экспортные нефтегазовые налоги: налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ) и экспортную пошлину (нефтегазовая продукция). Их снижение составило 36% и 54% соответственно. Падение экономики и сжатие внутреннего спроса напрямую отразились на прибыли компаний и импорте продукции из других стран: налог на прибыль и ввозные пошлины на импортные товары снизились на 12,5-13%. Так, фактическое сокращение добычи и экспорта нефти и газа в России оказалось рекордным за этот год. Добыча нефти в 1 квартале 2020 года упала на 17% (507 млн. т). Экспорт нефти снизился до 25% (225 млн. т). Это связано как с ограничением добычи нефти, так и сильным сжатием спроса в ключевых странах потребителях нефти. Добыча газа в России также существенно снизилась из-за пандемии, переполненности европейских газохранилищ и высокой конкуренции со стороны сжиженного газа. Добыча уменьшилась на 9,5% и составила 666,8 млрд. кубических метров. Экспорт «Газпрома» в Европу год к году снижается на 11% (225,5 млрд. кубических метров) с января и находится сейчас на минимальных значениях с 2015 года. Поэтому можно предполагать, что основная часть упомянутого сокращения добычи обусловлена именно снижением экспорта.

Стоит отметить, что в настоящее время в мировой энергетике наблюдается трансформация. Помимо традиционных источников энергии, прочные позиции на мировом рынке стали занимать сланцевая нефть и сжиженный природный газ (СПГ), являющиеся более дешёвыми источниками энергии. Также, в результате глобализационных процессов увеличивается значение устойчивой стратегии развития мира, которая призывает к декарбонизации экономики и использованию возобновляемых источников энергии. Данные нововведения могут нести угрозу развитию энергетического комплекса России, который преимущественно использует традиционные источники энергии – нефть и природный газ.

Также в энергетической отрасли Российской Федерации наблюдается нехватка новейших технологий по разведке и добыче энергоресурсов, инноваций, которые позволили бы открыть новые месторождения в труднодоступных районах страны (Арктика, Курильские острова), так как традиционные месторождения энергоресурсов практически истощены.

Стоит отметить влияние политических процессов на развитие российской энергетической отрасли. Напряжённые отношения России с США мешают осуществить важный энергетический проект по прокладке газопровода в Европу «Северный поток-2», также вследствие санкций в отношении РФ снижается количество европейских партнёров в энергетической сфере.



Эксперты «Сколково» в прогнозе развития энергетики России и мира отмечают, что мир входит в этап 4-го энергетического перехода к широкому использованию возобновляемых источников энергии и вытеснению ископаемых видов топлива. Однако темпы этих изменений и скорость перехода связаны с высокой неопределенностью. Рост мирового первичного энергопотребления существенно замедлится к 2040 г., в том числе за счет энергоэффективности. Быстрое развитие ВИЭ позволит им уже к 2040 г. обеспечивать 35-50% мирового производства электроэнергии и 19-25% всего энергопотребления. Из ископаемых топлив только газ сможет нарастить свою долю в мировом энергобалансе с 22% до 24-26%. Уголь снизит свою долю с 28% до 19-23%. Опасения о высоких ценах на нефть, газ и уголь остаются в прошлом. Мир вошел в эпоху широкой технологической и межтопливной конкуренции. Для всех сфер потребления появляется много перспективных конкурирующих между собой решений, готовых при росте цен доминирующего топлива оперативно предложить альтернативу и отвоевать рынок. Бюджетные поступления России от экспорта энергоресурсов неизбежно будут снижаться. Рост экспорта газа частично компенсирует снижение объемов вывоза жидких углеводородов. Но переход на более сложные условия добычи углеводородов неизбежно приведет к необходимости расширения льгот и снижения налоговой нагрузки, следствием чего станет уменьшение выплат в бюджет. Трансформация энергетики и снижение бюджетных поступлений от экспорта ведут к уменьшению вклада нефтегазового сектора, являющегося важнейшей составляющей экономики России. Но именно ТЭК и происходящие в нём преобразования могут дать стране новый импульс для развития и роста ВВП за счет реализации огромного потенциала энергосбережения и создания дополнительного спроса на промышленную продукцию для модернизации ТЭК.

В Энергетической стратегии 2035 г. представлен также прогноз спроса на российские энергоресурсы со стороны основных региональных потребителей. Так, предполагается, что экспорт российской нефти в европейском направлении под давлением стагнации спроса и растущей конкуренции будет постепенно сокращаться и к 2035 г. уменьшится на 9-20%. Экспорт нефти в СНГ также сократится на 12%. Однако, в АТР наблюдается рост спроса на российские энергоресурсы. Так, экспорт нефти в данном направлении увеличится в 2035 г. в 1,8-2,2 раза. Российские экспортные ниши на газовом рынке в Европе и СНГ будут жестко ограничиваться спросом, а также мерами стран-потребителей по снижению зависимости от российского газа. Даже при благоприятных условиях объемы российских поставок на европейский газовый рынок к 2035 г. увеличатся в 1,1 раза, при этом существуют высокие риски пересмотра объемов поставок в сторону понижения в связи с геополитическими





угрозами. Экспорт российского газа в страны СНГ сократится на 34-59%. На востоке высокий и быстрорастущий спрос на газ создает благоприятные предпосылки для наращивания поставок российского газа. Экспортные объемы по данному направлению могут увеличиться в 8-9 раз к 2035 году.

Таким образом, на основе анализа основных прогнозов и угроз развития нефтегазового сектора в России, можно предположить, что наиболее перспективным направлением для экспорта нефтегазовых ресурсов для России является Восток (страны АТР). Однако, в связи с истощаемостью запасов, необходимо внедрить инновации в энергетическом секторе по извлечению сырьевых запасов в условиях крайнего севера и рассмотреть развитие альтернативных источников энергии в российской энергетике.

#### **Список использованных источников:**

1. Ахметов, С. А. Нефтегазовый комплекс России и мира. Состояние и перспективы развития. *Neftegaz*, 2020. – № 6. – Режим доступа: <https://magazine.neftegaz.ru/articles/rynok/556001-neftegazovyy-kompleks-rossii-i-mira-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya/>

2. Шафраник, Ю. К. Развитие нефтегазовой промышленности РФ: внешние и внутренние вызовы. *Бурение и нефть*, 2019. – Режим доступа: <https://burneft.ru/archive/issues/2019-05/>

© Маризина А.А., Балаева А.Ю., 2021

УДК 339.138

## **ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯХ КОМПАНИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ**

Машарский И.И., Иващенко Н.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Сегодняшняя бизнес-среда значительно отличается от своего состояния, скажем, пять лет назад. Конкуренция обострилась настолько, что цена теперь не является основным, а тем более единственным критерием покупателя для выбора продукта или услуги, а также торговой марки. Благодаря появлению глобальной сети Интернет и Big Data потребитель с каждым днем становится более осведомленным, опытным, а значит и привередливым. Поэтому компании тратят больше и больше ресурсов для привлечения новых покупателей к своей клиентской базе.

Многочисленные исследования показали, что привлечение нового клиента внешне обходится для компании в 5-10 раз дороже (в зависимости от ниши), чем содержание уже существующего [1]. Обострение внимания к работе с клиентами влечет за собой разработку и внедрение новых подходов



и принципов, установление доверительных отношений с потребителем, контроль качества и высоких стандартов обслуживания. Именно эти пункты позволяют предприятию сократить расходы на расширение клиентской базы и поддерживать плодотворную работу с уже имеющимися покупателями.

Хотя понятие «клиентоориентированность» с началом третьего тысячелетия фигурирует в стратегиях развития и итоговых отчетах отечественных предприятий, а половина предприятий РФ рассматривает своего клиента как значимую ценность своей деятельности, в бизнес-практике использование этого подхода наблюдается значительно реже.

Блог Customer Evangelism пишет, что 56% предприятий считают себя клиентоориентированными, и лишь 12% их потребителей соглашались с таким утверждением. Это можно объяснить неполным пониманием руководством и работниками самой сущности клиентоориентированности, а также не осознанием того, что для внедрения клиентоориентированности необходимо усовершенствовать управленческие подходы и в полной мере реорганизовать свою деятельность в отношении работы с клиентами [2]. Исследования Roffey Park (Великобритания) наглядно демонстрируют, что существует прямая связь между управленческими методами, изменениями на предприятии и его способностью эффективно работать с клиентами в кризисных ситуациях. Были обработаны анкеты 900 менеджеров, и результаты были впечатляющими.

В течение следующих лет организации перенесут свою стратегическую направленность на «опыт клиента». Изменение потребительских ожиданий и конкурентного давления потребует нового подхода к почти всему, что касается взаимодействия компании с потребителем. Речь идет о следующих трендах:

1. Быть ближе к потребителю. «Forrester» определяет опыт пользователей следующим образом: как клиенты на самом деле воспринимают взаимодействие с компанией, наличие хороших отзывов. Внедрение метода работы, который базируется на пользовательском опыте, требует глубокого понимания клиентов, их целей и ожиданий на каждом этапе взаимодействия.

Фактически, обзор тенденций и прогнозов розничного бизнеса в 2019-2020 годах показал, что ведущая тенденция и главный стратегический приоритет сегодняшнего дня – это создание более удобных условий взаимодействия клиента с компанией и положительного впечатления. Мировая статистика иллюстрирует, что только 37% организаций имеют официальный план улучшения клиентского опыта. Однако в мире прослеживается тенденция увеличения доли инвестиций именно в этот процесс, которые будут расти еще в течение следующих 3 лет [2].



2. Переход от мультиканальности к омниканальности. В течение последних нескольких лет организации дают возможность клиентам коммуницировать с ними, когда и где им удобно. Например, большинство банков используют многоканальный подход к обслуживанию, позволяя клиентам вести бизнес с ними в Интернете, по телефону, в отделении или же с помощью мобильного приложения [2]. Важно то, что они создают омниканальную среду. То есть независимо от точки контакта, которая является компанией, или это визит в отделение, работа с банкоматом, или проверка реквизитов учетной записи со своего смартфона – банк обеспечивает плавный, интегрированный, непрерывный и персонализированный путь пользования для клиента, который стал бы для него наиболее удобным.

Потребительские опросы от «Salesforce» показывают, что 75% потребителей ожидают от компаний постоянной возможности контакта в любом месте и в любое время. Такое явление можно чаще всего наблюдать в сфере ритейла. Например, пользователь перед посещением кофейни «Starbucks» может открыть приложение чтобы обновить баланс, сделать заказ онлайн и оплатить его. Это все можно сделать удаленно, чтобы не стоять в очереди.

3. Больше функциональности в цифровых каналах. По прогнозам экспертов, половина мирового населения станут цифровыми гражданами уже в 2020 году. Это означает, что значительная (и систематически растущая) доля потребителей во всем мире перейдет из автономного мира в настольные компьютеры, мобильные устройства и планшеты. В ближайшее время ведущие организации начнут предоставлять сервис через цифровые технологии, обеспечивая соответствующий уровень удовольствия и хорошее впечатление. Если говорить о конкретных инструментах, можно выделить:

- облегчение способа оплаты товаров и услуг благодаря клиент-банкингу и интеграции систем онлайн оплат на сайте или в приложении;
- создание и реклама чат-ботов в качестве дополнительного канала предоставления консультативных услуг;
- использование геймификации для привлечения клиентов;
- использование технологий персонализации, обеспечивая более интересный и эффективный цифровой опыт [1].

4. Расширенные параметры самообслуживания. «Gartner» прогнозировало, что в 2020 году 85% всех взаимодействий с клиентом будут автоматизированными (то есть без вмешательства человека). Это имеет смысл, учитывая выводы «Forrester» о том, что:

- люди отдают предпочтение веб или мобильном самообслуживанию по сравнению с общением с агентом по телефону;





растет популярность использования всех каналов связи самообслуживания, включая Интернет-форумы и сообщества.

Клиенты полагаются на цифровые инструменты для большинства своих потребностей в области обслуживания. Технологии, безусловно, делают это возможным, но потребительский опыт находится на грани трансформации: клиенты хотят управлять транзакциями и решать проблемы самостоятельно одним движением. Они хотят включить девайс, подключиться к интернету и сделать все онлайн. Они не хотят тратить время на замысловатые формы, созданные маркетологами как часть воронки продаж на сайтах, разбираться в сложном интерфейсе, ожидать автоматический звонок для подтверждения или СМС с длинным числовым кодом. Это не способствует эффективному и легкому пользовательскому опыту. Это сложности, которых избегает современный потребитель.

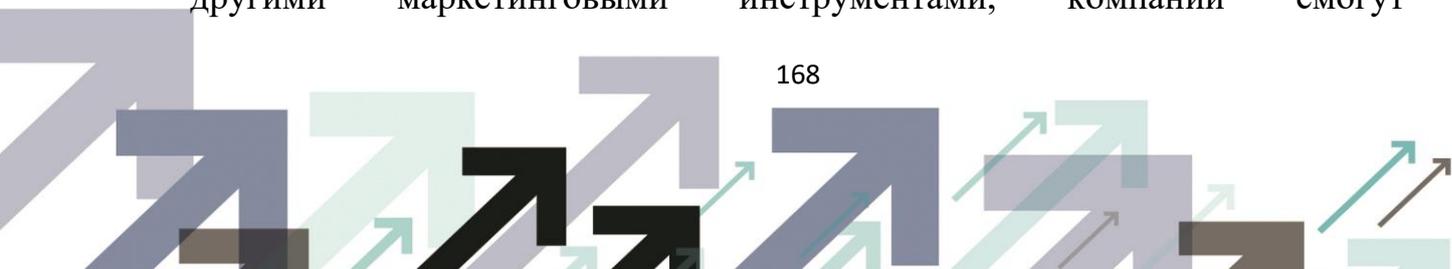
Благодаря мобильным инструментам и технологиям персонализации, компании будут продолжать совершенствовать каналы цифрового самообслуживания [1].

5. Улучшение пользовательского опыта от обслуживания благодаря улучшению эффективности живого взаимодействия. Несомненно, весь пользовательский опыт понемногу мигрирует в онлайн, но потребители до сих пор нуждаются в живом эффективном взаимодействии. Несмотря на то, что потребители могут захотеть все делать самостоятельно, потребность в живом общении со специалистом до сих пор существует.

В ближайшее время компании будут фокусироваться на создании клиентоориентированной культуры и обучении сотрудников, чтобы работать эффективнее с клиентами разных поколений, получать отзывы, определять потенциальные проблемы и активно их решать. Также сейчас приобретают популярность новые нетелефонные формы личного сервиса: социальные сети и чаты.

6. Данные клиента помогут упростить клиентский опыт. Сбор и обработка правильных данных, включая контекстную статистику, помогут компаниям предоставить соответствующий опыт клиентам на индивидуальном уровне через удобные для них каналы в режиме реального времени. Другими словами, персонализация, которая базируется на личных данных, поможет обеспечить клиентам еще лучший уровень сервиса в процессе взаимодействия онлайн и в результате приведет к увеличению продаж.

Маркетологи должны овладеть цифровым опытом и уметь им управлять. Это несколько больший объем работы, чем определение целевых сегментов на рынке. Для этого нужно понимать и разработать индивидуальный подход. Используя расширенную аналитику в комплексе с другими маркетинговыми инструментами, компании смогут





взаимодействовать с клиентами в любой среде, предлагая именно то, что им нужно [1].

7. Использование прогнозной аналитики для улучшения пользовательского опыта. Райан Смит, генеральный директор Qualtrics и лидер, управляющий перспективой в области управления целостным опытом в организации, кратко объясняет: «на сегодняшний день пользовательский опыт до сих пор неизвестная категория для многих руководителей. Пользуясь межфункциональными переходами между каналами, пользователь предоставляет компаниям информацию для того, чтобы улучшить процесс взаимодействия. Но этот инструмент до сих пор является сложным для понимания и внедрения для многих компаний».

Когда компания способна предвидеть, чего хотят ее клиенты, она может принять проактивную позицию и делать конкретные действия, чтобы оставить их довольными, вместо того чтобы постоянно бороться с жалобами.

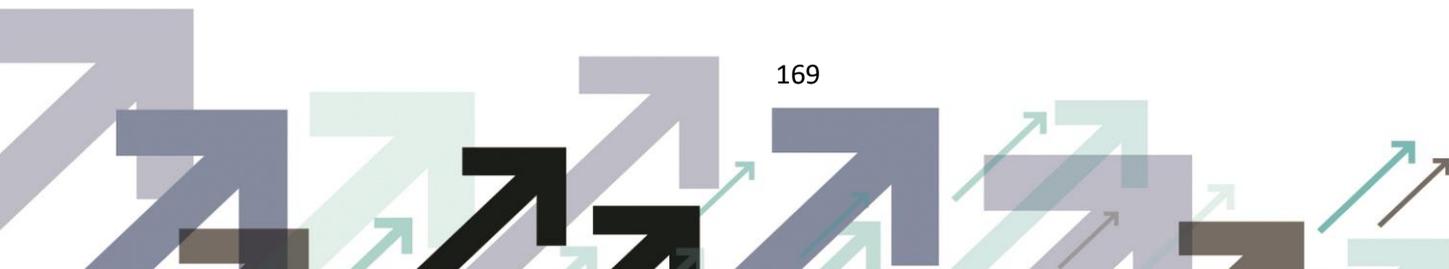
8. Корпоративная культура и философия имеют решающее значение.

Компании, которые не приобретут навыков сбора прогнозов поведения своих клиентов, останутся далеко позади. Однако одной только технологии недостаточно для того, чтобы обеспечить клиенту соответствующий опыт, который приведет к росту доходов, увеличению доли рынка и тому подобное. Пользовательский опыт должен быть интегрированной частью культуры компании. Использование прогнозов будет эффективным лишь в том случае, если это станет частью более масштабных процессов, направленных на улучшение взаимодействия с клиентами на всех уровнях.

Меган Бернс, аналитик компании Experience Entrepreneurs, объясняет, что данные не несут пользы для компаний, которые не знают, как их использовать: «Существует так много технологий, которые разрабатываются сейчас, которые позволяют предвидеть потребности и подготовиться к ним. Много компаний, которые применяют их в работе с пользовательским опытом, используют эти данные неправильно: помещают новую технологию в старые процессы» [1].

Опрос более 7000 руководителей в 130 странах показал, что только 28% из них «считают, что они хорошо понимают свою культуру, в то время как, только 19% считают, что у них хорошая культура» [1].

9. Эффективная сегментация и таргет является основой. Многие маркетологи акцентируют внимание на инструментах с возможностью использования демографических показателей, таких как возраст, доход, образование, которые можно использовать для предсказания потребностей человека. Например, PwC отмечает, что наибольшая доля использования мобильных приложений и мобильных версий сайтов приходится на сегмент





с возрастом от 18 до 24 лет, при чем тенденция снижается по мере роста возраста пользователя.

Тем не менее, каждый человек уникален. Итак, преимущества использования каналов могут сильно отличаться в зависимости от возрастных групп. Каждый человек имеет собственные предпочтения, атрибуты и поведение. Критически важно сегментировать и анализировать своих клиентов по этим параметрам. Например, вы можете разделить посетителей на сегменты в зависимости от этапа жизненного цикла (новый, вернувшийся посетитель и т.д.) или настройками желаемого контента.

Разделяя аудиторию исключительно на основе демографических показателей, компания теряет возможность быть релевантной пользователям с другими показателями, которые она не учла [2].

10. Проверка показателей. Несмотря на то, что многие организации используют такие показатели пользовательского опыта, как NPS и уровень удовлетворения, в качестве основных критериев своих усилий работы с клиентами, большинство из них не имеют эффективных инструментов для их измерения. Мы видим, что все большее число компаний переосмысливают показатели пользовательского опыта, которые они берут за основу, и то, как эти показатели меняют организацию. Сейчас многие компании пересматривают методы исследования и измерения эффективности пользовательского опыта.

11. Обратная связь с клиентами. Речь идет о количестве отзывов, которые требует компания у своих клиентов. Вместо того, чтобы собирать полезные статистические данные, компания накапливает большое количество неиспользованных отзывов, а иногда даже и унижает клиентов на этом этапе. Сейчас идет тенденция к сокращению количества исследований уровня пользовательского опыта, зато акцент делается на их качестве, детальной обработке информации и применения конкретных мер к решению проблем.

12. Цифровая интеграция. В течение последних нескольких лет компании сделали значительные инвестиции для наращивания совершенствования своих навыков работы с цифровыми технологиями и возможностями. Эти усилия стали первым шагом на пути к подлинной цифровой обработке. Мир трансформируется в глобальную онлайн сеть, где наиболее продвинутые пользователи будут всегда впереди.

13. Недостаток экспертности в аналитике. Все больше и больше компаний признают ценность новых форм аналитики, таких как поведенческая аналитика, интеллектуальная аналитика и аналитика вещания [3]. Поскольку бизнес-возможности становятся все более привлекательными, компании стремятся исследовать гораздо больше аналитики и ищут людей с соответствующим опытом. Сейчас компании агрессивно набирают относительно небольшую группу имеющихся





специалистов по аналитике и инвестируют в подготовку и переподготовку некоторых внутренних работников, чтобы заполнить эти вакансии.

14. Энергичные руководители. Все больше высокопоставленных лидеров начинают признавать необходимость работы с опытом клиентов. Однако большинство из этих лидеров не имеют ясного понимания того, что нужно для улучшения эффективности работы с клиентами. Поэтому, когда они направляют людей на «улучшение взаимодействия», это часто создает временный эффект и некоторый хаос. Для работы на перспективу необходимы руководители, которые точно будут знать, какие инструменты применять и как.

#### **Список использованных источников:**

1. Бутчер С. Программы лояльности и клубы постоянных клиентов / Стефан Бутчер; [пер. с англ. Е. В.Трибушиной]. - Москва.: Изд. Дом «Вильямс», 2016. - 272с.

2. Васин Ю. Эффективные программы лояльности / Ю. Васин, Л. Лаврентьев, А. Самсонов — М.: Альпина Бизнес Букс, 2015- с.270

3. Гембл П. Маркетинг взаимоотношений с потребителями / П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок. - М. : Торговый дом «Гранд», 2012. - С. 250 - 252.

© Машарский И.И., Иващенко Н.С., 2021

**УДК 005.32**

## **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Мяснянкина Ю.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет», Санкт-Петербург*

В статье рассматривается такое понятие, как корпоративная культура, а также производится анализ влияния уровня корпоративной культуры на эффективность компаний в целом.

На сегодняшний день корпоративная культура – это один из главных факторов, которые влияют на эффективность развития сервисного предприятия. С помощью корпоративной культуры организации могут повысить свою конкурентоспособность и выйти на новый уровень. Одним из главных показателей развитой корпоративной культуры является убежденность всех сотрудников в том, что их организация лучшая. Ведь, когда определенное количество абсолютно разных людей по характеру объединяются для достижения единой цели и при этом отождествляют себя с организацией – можно говорить о корпоративной культуре. Корпоративная культура, как правило, выполняет следующие функции:





1. Внутренняя интеграция – объединяет членов предприятия, таким образом, что они знают, как им необходимо взаимодействовать между собой.

2. Внешняя адаптация – помогает компании адаптироваться к внешней среде.

По мнению многих российских и зарубежных исследователей корпоративная культура связана с достижением наилучших социально-психологических условий в компании, таких как: создание условий для творческого эффективного труда, создание условий для социального мира и партнерства, создание интересов общества, а также корпоративная культура напрямую связана с экономическими показателями организации. На сегодняшний день большая часть руководителей понимают, что, развивая корпоративную культуру, они, прежде всего, развивают свои компании. Анализ и развитие положительных тенденций корпоративной культуры позволяют повысить управляемость любого экономического объекта, а в следствии с этим и эффективность деятельности предприятия даже в условиях неопределенности окружающей среды.

Аналитический сайт Comparably опубликовал список 50 крупных американских компаний (со штатом более 500 человек) с самой благоприятной корпоративной культурой. Рейтинг составлен на основе анонимного опроса среди работников 60 тысяч компаний, исследование проводилось с декабря 2019 года по декабрь 2020 года. Участникам опроса предлагали ответить на 50 вопросов, например, такие как, насколько они довольны атмосферой в компании, ждут ли они наступление следующего рабочего дня, чувствуют ли выгорание и считают ли справедливым вознаграждение за труд. Вопросы охватывали 20 метрик – зарплата, бонусы, менеджмент, команда, карьерные перспективы, баланс между работой и личной жизнью и прочие. Первое место в этом году получила компания Google. Также в топ – 3 вошли Apple и HubSpot.

Проанализировав данный рейтинг и сопоставив результаты с экономическими показателями данных компаний, можно сделать следующий вывод: корпоративная культура является одним из важнейших показателей, которые влияют на деятельность компании. В пример были приведены именно США, потому что – это страна предпринимателей, где как раз скапливаются самые крупные игроки рынка. В этом можно убедиться, посмотрев лишь на отдельный регион – Кремниевую долину. Если бы этот клочок земли был отдельной страной, то ее ВВП составлял бы 721 млрд. долларов, для сравнения ВВП России находится на уровне 1,578 трлн. долларов. При этом в Долине проживает около 5 млн. человек в то время, как в РФ 144 млн. человек.





Главным вопросом остается, что принципиально отличает такие крупные корпорации от компаний, которые не могут долго оставаться наплаву и увеличивать свой доход.

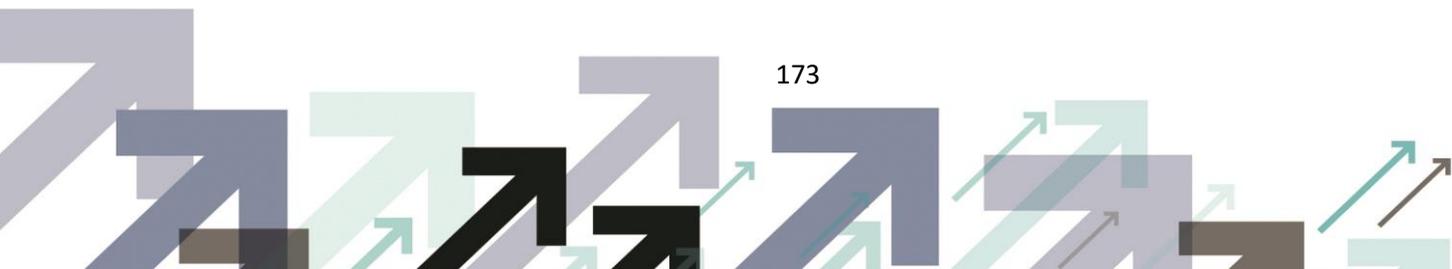
На мой взгляд, те предприятия, которые не смогут создать внутри себя эффективную среду, не смогут привлечь таланты, развивать людей внутри, давать возможность роста, все чаще будут сталкиваться с дефицитом эффективных сотрудников внутри бизнеса. Такие действия собственника со временем выведут его из игры. На первое место в бизнесе выходят люди: их мечты, настроение, с которым они берутся за повседневные задачи. А это значит, что прежде всего руководители должны обратить огромное внимание на свою корпоративную культуру.

Считается, что лучше всего корпоративная культура развита в компаниях Кремниевой Долины в США. Это место, где располагаются офисы Google, Facebook, многочисленные IT-компании и стартапы. Существует некоторые обязательные элементы экосистемы Кремниевой Долины, которые отмечают все исследователи этого феномена.

Новаторский дух. Это самое главное, что бросается в глаза в компаниях Кремниевой Долины. Исследователи отмечают, что именно ей присуще свобода действий, поощрение инициативы, закрепленные в формальных правилах. Даже в сравнении с регионом Бостона, вторым инновационным кластером США, можно отметить, что корпоративная культура Бостона существенно более традиционна: крупным компаниям Бостона характерен огромный скепсис по отношению к идеям, разработанным в чужих компаниях.

Умение рисковать и признание возможности неудачи – это ключевые ценности Кремниевой Долины. Как пишет Гай Кавасаки в книге «The Art of the Start» «если у человека есть стремление создать что-то стоящее, он и деньги заработает. Но если человек стремится только заработать, он вряд ли сделает что-то стоящее и денег не получит». Это утверждение прекрасно характеризует Кремниевую Долину и ее атмосферу. К сожалению, в России десятилетия перестройки и непродуманных реформ практически уничтожили слой общества, «настроенный на создание чего-то стоящего». Дух наживы, культивируемый в современной России, не имеет ничего общего с «новаторским духом», необходимым для развития Кремниевой Долины, так как противоречит ему в своей основе.

На мой взгляд, одно из важных отличий в западном и российском подходе к корпоративной культуре – это разница в сознании людей. Важно внедрять в мысли людей определенные ценности и «схему» жизни, именно это помогает лидерам рынка сохранять свою команду и поддерживать ее высокую эффективность. В Zappos, к примеру, основной посыл связан с мотивами отношений и причастности. Когда компания





передислоцировалась из Сан-Франциско в Лас-Вегас, с ней переехало огромное количество людей.

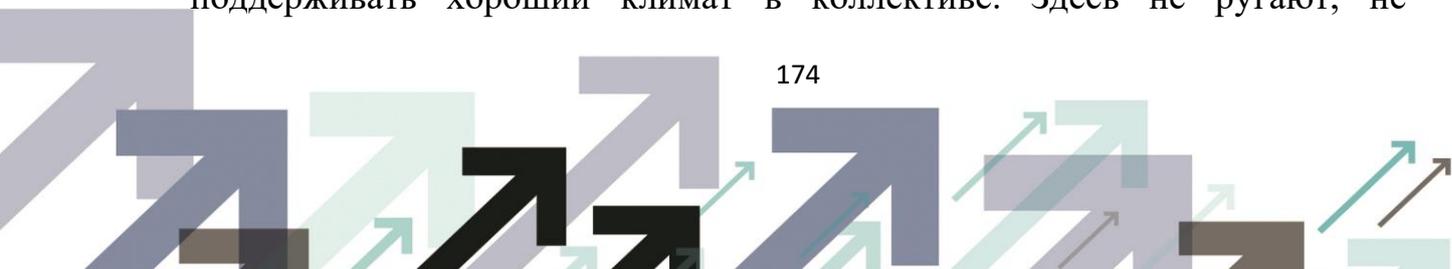
Мотивы достижения и сопричастности выделяет в своей работе и компания Netflix. Там говорят об этом так: «Мы команда. Ты можешь быть очень хорошим человеком, но, чтобы работать с нами, ты должен соответствовать определенному профессиональному уровню». Таким образом, одновременно и создается имидж организации, и обозначается планка, которой необходимо соответствовать. Apple транслирует классический мотив власти: тотальный контроль, влияние, воздействие, статусность. Даже перегоревшая в офисе лампочка подпадает под пункт контракта «о неразглашении». Компьютеры сотрудников в конце рабочего дня выключают, чтобы избежать утечки ценной информации. Тотальный контроль и влияние Apple стали трендом для всей отрасли.

В Кремниевой Долине располагаются самые успешные корпорации, и на их примере ниже будут представлены краткие кейсы их ведения корпоративной культуры.

Netflix. Один из главных слоганов компании: «Мы НЕ семья. Мы команда профессионалов. Мы все работаем здесь, потому что нам нравится эта работа». Каждый в компании свободен в выборе делать то, что считает нужным. В компании не контролируют отпуска, не следят за присутствием/отсутствием человека. Если работа сделана, то всем все равно, есть ли сотрудник в офисе или нет. Важный критерий для компании – это самостоятельность. Никто не дает четкого технического задания. Надо самому разбираться, какие команды могут решить эту задачу, какие люди и системы для выполнения понадобятся. Способность к коммуникациям как раз и проверяется на собеседованиях. Такое внутреннее устройство можно принять за хаос, но именно в такой обстановке и рождаются идеи, помогающие компании быстро меняться в соответствии с динамикой рынка.

В компании нет определенной политики по отпускам. Уйти отдохнуть можно в любое время и на любой срок. Главный критерий: у сотрудника нет недоделанной работы. По исследованиям, проведенным в Кремниевой Долине, при безлимитном отпуске люди гораздо реже и на менее короткий срок уходят отдыхать. Что касается увольнения – то в данной компании достаточно легко прощаются с сотрудниками. При увольнении выплачивается зарплата в 4 кратном размере.

Apple. На данный момент – это самая дорогая компания мира. На первых этапах существования корпорация имела очень жесткую и четкую иерархию. Сегодня она подстраивается под требования времени и становится более самоорганизованной. Работает без деления на начальников и подчиненных, с минимальным количеством менеджеров. В компании часто проводят встречи ONE to ONE – в таком формате проще поддерживать хороший климат в коллективе. Здесь не ругают, не





наказывают и не увольняют – все это прорабатывается менеджером. Чтобы уволить сотрудника, необходимо, чтобы он нарушил какой-то сакральный принцип, например, раскрыть данные о секретном проекте.

В отличие от других корпораций в Кремниевой Долине, в Apple платный кофе – компания ценит каждый цент, который зарабатывает.

Amazon. Данную компанию нельзя назвать полностью горизонтальной. В сравнении с Facebook и другими молодыми компаниями, самый большой интернет-магазин мира располагается где-то посередине между иерархическими и горизонтальными структурами. Когда в команду приходит новый человек, к нему обращаются со следующим посылом: «Покажи, что ты умеешь. Если ничего не умеешь, покажи, чему хочешь научиться, и через полгода покажи результат».

В компании уделяют большое внимание работой над ошибками. После любого проекта, признанного неприбыльным или провальным, люди, отвечающие за этот проект, заполняют специальный документ – Correctop of errors. У документа есть определенный формат, позволяющий разобраться что произошло и найти настоящую ошибку. Сотрудник должен ответить на следующие вопросы: В чем была проблема? Как мы ее исправили? Почему? Чему мы научились? Что мы сделали, чтобы эта проблема не повторилась второй раз?

Google. Компания нанимает самых умных людей, которые хотят делать правильные вещи. Компания не работает с теми, кто зарабатывает деньги, а после разъезжает на роллс-ройсе. Кроме больших амбиций и эффективных решений, для повышения сотрудника в должности нужна еще и личная скромность. Все, включая фаундеров, одеваются скромно и ходят в кедах. Иначе не принято. В компании все нацелено на мотивацию сотрудников, здесь очень высокая заработная плата. Кроме материальной мотивации, в Google есть много других инструментов поощрения: бесплатная еда, полная медстраховка, фитнес, транспорт – от работы и домой, обширная база знаний (если сотрудник хочет дополнительно учиться, компания компенсирует 2/3 профильного обучения до \$10000).

Общение с руководством – это важная составляющая деятельности. В компании Google два основных акционера три раза в месяц проводят онлайн-конференции для всех сотрудников компании – а это более 80 тысяч человек по всему миру. Каждый сотрудник имеет возможность задать вопрос руководству во время прямой трансляции. Также руководители своих подразделений раз в неделю в течении часа общаются со своими подчиненными на нерабочие темы: интересуются стремлениями человека и просто говорят о жизни.

Кого увольняет Google? Есть два портрета на вылет: 1. Человек, который делает людей вокруг себя несчастливymi. Он может быть эффективным руководителем, но люди вокруг него страдают. Такой человек





не думает о благополучии и комфорте работы своих коллег. 2. Приспособленцы – категория подстраивающихся людей, хорошо мимикрирующих под разные ситуации. Они делают вид, что движимы высокими идеями, но на самом деле их волнует лишь то, сколько денег они получают. Такие люди не задерживаются в компании.

В Google хорошо выстроен инструмент фидбэка или так называемый Performance review: два раза в год все сотрудники дают друг другу оценку. Внедрение и поощрение фидбэка может значительно повысить эффективность работы команд. Руководитель должен на собственном примере показывать, как важно принимать любую характеристику в свой адрес, и показывать, что высказываться – вполне безопасно.

Рассмотрев все вышеописанные корпорации, можно с уверенностью сказать, что экономическая эффективность прямо пропорционально зависит от того, как компании строят свою организационную культуру.

#### **Список использованных источников:**

1. Влияние корпоративной культуры на эффективность работы организации [Электронный ресурс] // Мир знаний. – Электрон. дан. – М., 2016. – URL: [http://mirznanii.com/info/vliyanie-korporativnoy-kultury-na-effektivnost-rabotyorganizatsii\\_166778](http://mirznanii.com/info/vliyanie-korporativnoy-kultury-na-effektivnost-rabotyorganizatsii_166778) (дата обращения: 20.02.2020).

2. Низкодубов Г. А. Стереотипы деловых культур России и США в формировании межкультурной профессиональной деловой компетенции // Вестн. Том. гос. пед. ун-та. – 2015. – № 2. – С. 150–153.

3. Культура организаций Кремниевой долины / Руслан Гафаров. – Москва, 2021. – 256 с

© Мяснянкина Ю.С., 2021

## **УДК 338.1**

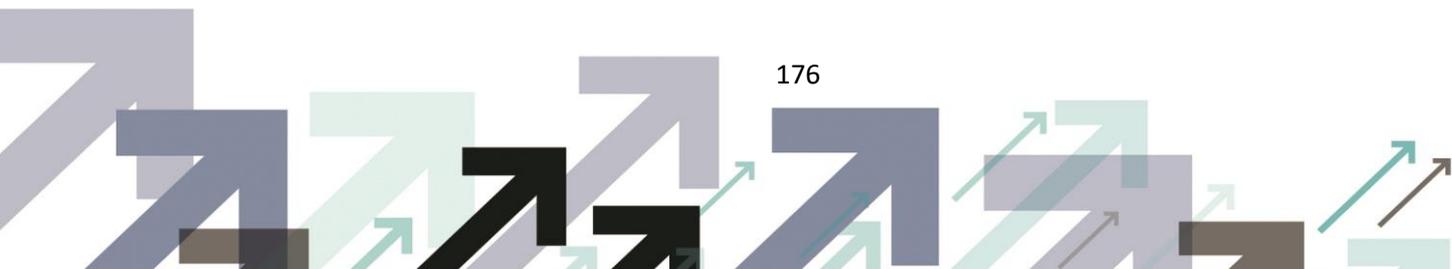
### **ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ КИНОТЕАТРАЛЬНОГО БИЗНЕСА В РФ**

Нетребко М.Д., Страчкова Е.Г.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В статье рассмотрены история появления, особенности развития и влияние пандемии коронавируса на деятельность крупнейших кинотеатральных сетей, которые осуществляют свою деятельность на территории Российской Федерации.

Первые кинотеатры в России появились в конце XIX в. У каждого был зрительный зал со светоотражающим экраном, аппаратной и место для музыкального оркестра, так как кино было немым. Сначала под кинотеатры приспособляли перестроенные жилые помещения. Первый коммерческий





кинотеатр в России был открыт в Петербурге в летнем увеселительном саду «Аквариум» 4 мая 1896 года [1].

После революции кинотеатры стали исчезать. Полторы тысячи кинотеатров дореволюционной России превратились в пустые залы неопределенного назначения. В Москве к 1921 г. уцелели всего четыре кинотеатра. Вновь массовое строительство кинотеатров началось в конце 1940-х гг. В 1968 г. был зарегистрирован наивысший средний показатель посещаемости кинотеатров – 22 посещения в год на человека. Но 1970-е гг. ситуация изменилась, так как началось распространение телевидения, которое позволяло смотреть кино, не выходя из дома [2].

В 1991 году в страну хлынул широкий поток зарубежных фильмов через телевидение, также начал появляться прокат кассет. Из-за конкуренции со стороны телевидения и проката многие кинотеатры в России закрылись, а производство российских фильмов почти прекратилось. Ситуация наладилась только в начале 21 века, когда кинотеатры стали ориентироваться на свои главные преимущества, качество, которое не получить дома.

Сегодня кинотеатры предоставляют все возможности для комфортного просмотра – большие залы с большим экраном и акустически приспособленными стенами и потолком; также предоставляется выбор простых залов, 3D и качественных, IMAX залов.

Если говорить о кинотеатральных сетях, которые представлены в большом количестве по всей стране, можно выделить следующих основных игроков: Объединенная сеть «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино», «КИНОМАКС» и «КАРО».

Формально, Объединенная сеть «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино» появилась в марте 2016 года, когда завершился процесс их слияния, но, у каждой из них была своя история развития.

Одной из важных кинотеатральных сетей в РФ является «СИНЕМА ПАРК», которая стала одним из новаторов в этой сфере в РФ. Поэтому стоит остановиться на основных моментах из истории этой сети, так как многие сети имеют схожие особенности в развитии.

«СИНЕМА ПАРК» была основана в 2002 году и в этом же году была разработана концепция новой киносети – строительство крупных высокотехнологичных многозальных кинотеатров с нуля, а не реставрация старых зданий. 22 января 2004 года состоялось открытие первого кинотеатра «СИНЕМА ПАРК на Калужской» в Москве. Уже на 2004 г. она занимала 7-е место по объему кинопроката; 4 декабря 2005 года «СИНЕМА ПАРК» выходит на петербургский рынок, открывая кинотеатр «СИНЕМА ПАРК» в ТРК «Гранд Каньон». В этом же году подписано соглашение о предоставлении компании «СИНЕМА ПАРК» кредита в 20 млн. долларов для создания всероссийской сети кинотеатров; стоимость всего проекта



составит 128 млн. долларов. 19 апреля 2006 года «СИНЕМА ПАРК» выходит на региональный рынок и открывает первый региональный кинотеатр сети в Тюмени – «СИНЕМА ПАРК» в ТРК «Гудвин» [3].

В 2007 году в Москве в «СИНЕМА ПАРК на Калужской» устанавливают первый в России цифровой кинопроектор для коммерческого кинопоказа, что стало отправной точкой перехода от плёночных технологий к цифровому кинопоказу. Цифровой кинопоказ с возможностью демонстрации 3D-контента увеличивает выручку сети «СИНЕМА ПАРК» на 3-4%. По данным «Невафильм Research», на 1 декабря 2007 года в России работали 640 кинотеатров (1476 залов) и «СИНЕМА ПАРК» с 7 кинотеатрами, 57 залами и долей рынка 3,9% занимал третье место по количеству кинотеатров и залов в РФ. В 2008 году «СИНЕМА ПАРК» впервые в России открывает данные о посещаемости кинотеатров и проданных билетах, публикуя еженедельные отчёты на сайте компании, задавая курс на прозрачность российского кинопроката. В этом же году новые кинотеатры «СИНЕМА ПАРК» открылись в Новосибирске, Перми, Уфе, Волгограде и Нижнем Новгороде [3].

В 2009 году «СИНЕМА ПАРК» впервые в России внедряет интернет-бронирование и инновационную систему онлайн расписания фильмов на сайте компании, позволяющие в режиме реального времени получить информацию о проданных и забронированных билетах.

В 2010 году «СИНЕМА ПАРК» подписывает соглашение о генеральном партнерстве с Корпорацией «IMAX» (это самый большой контракт IMAX в России), в рамках которого будет открыто 14 залов IMAX в российских городах на условиях эксклюзивности. Через год будет подписано дополнительное соглашение об установке еще восьми систем IMAX. 7 мая 2011 года в Новосибирске состоялось открытие двадцатого кинотеатра сети – «СИНЕМА ПАРК» в МФК «Сан Сити», что даёт возможность компании занять первое место по количеству кинозалов в России. 6 июня 2011 года было объявлено о покупке сети кинотеатров «KINOSTAR de Luxe», что стало первой крупной сделкой по слиянию и поглощению на российском кинорынке [3].

В 2011 году 27 кинотеатров сети в 15 крупнейших городах России посещают более 18 млн. человек. В 2013 г. «СИНЕМА ПАРК» становится полностью цифровой сетью кинотеатров и подписывает самый большой контракт в России с Компанией «RealD Inc.», ведущим представителем 3D технологий для кинотеатров на оборудование до 200 залов киносети в 18 российских городах кинопроекционной технологией RealD 3D. В 2016 году в состав сети входят 39 кинотеатров с 350 кинозалами. Кроме этого, происходит слияние с сетью «Формула Кино», которая была основана в 1998 году Владимиром Захаровым; на начало ноября 2016 года сеть



Формула кино насчитывала 35 кинотеатров с 266 залами различных форматов и концепций и была одним из лидеров по количеству залов [3, 4].

По итогу слияния, Объединенная сеть «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино» стала самой крупной сетью кинотеатров в России, опережая своего ближайшего конкурента «КАРО» почти вдвое, как по количеству залов, так и по количеству кинотеатров. К концу 2019 года, объединение насчитывало 77 кинотеатров и 641 зал, что составило около 11,5% всех залов по всей территории РФ [5].

За Объединенной сетью «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино» идет киносеть «КАРО», которая хоть и уступает своему конкуренту в количестве залов, но точно не в качестве и значимости для кинотеатральной сферы в РФ.

Сеть кинотеатров «КАРО Фильм» была создана в июле 1997 года, и её родоначальником стал «Пушкинский» – главный кинотеатр страны, пользовавшийся славой лучшего кинотеатра во всей Восточной Европе конца 90-х годов. Таким образом, с самого начала, получив премьерный кинотеатр, сеть не просто обслуживала зрителей, но и имела определенный статус в жизни профессионального кинообщества. С открытием реконструированного кинотеатра «Октябрь», эта тенденция усилилась; через некоторое время открылись многозальные кинотеатры в гипермаркетах «Рамстор» [6].

В начале 2000-х годов произошел стремительный рост числа современных кинотеатров, расположенных в центре Москвы, появилось множество дорогих кинотеатров, где стоимость билета была в районе \$10, что уменьшило количество посетителей: для простых людей такое удовольствие было недоступно. Сеть «КАРО» предприняла попытку сделать кино более массовым способом проведения досуга и привлечь в кинотеатры широкую аудиторию – зрителей с более низким уровнем дохода. С этой целью началось освоение «спальных» районов Москвы, были реконструированы однозальные кинотеатры, такие как «Первомайский» в Восточном округе и «Электрон» в Зеленограде. В 2001 году сеть начала свою работу в регионах, реконструировав и заново открыв двухзальный кинотеатр «Колизей» в Санкт-Петербурге и трехзальный «Россия» в Нижнем Новгороде [6].

Положительный опыт работы многозальных кинотеатров определил стратегию дальнейшего развития «КАРО Фильм»: в 2002 году в комплексе «Атриум» в Москве был открыт первый современный многозальный мультиплекс, и еще один в 2003 году в «Рамсторе» в городе Подольск МО. В сентябре 2005 года состоялось торжественное открытие второго премьерного кинотеатра страны – девятизального киноцентра «Октябрь» на Новом Арбате в Москве. По итогам 2007 года сеть «КАРО Фильм» включала в себя 30 кинотеатров и 149 кинозалов. В июне 2013 года сеть



«КАРО» стала первой 100% цифровой киносетью в России, обеспечив зрителям максимально высокий уровень кинопоказа [6].

20 июня 2016 года в кинотеатре «КАРО 11 Октябрь» состоялось торжественное открытие первого в России кинозала для людей с расстройствами аутистического спектра. К концу 2019 года, объединение насчитывало 30 кинотеатров и 248 зал, что составляло около 4,4% всех залов по всей территории России [5].

Отдельно стоит выделить «Октябрь» – главный премьерный кинотеатр страны, где ежегодно проводят более 50 премьер с участием голливудских и российских звезд, а также традиционно является местом проведения Московского Международного Кинофестиваля [6].

Последним из тройки крупнейших киносетей России является «Киномакс», которая фактически является самой старой из представленных сетей, так как была образована в 1996 году. Но на самом деле история сети начинается в 1995 г. с реконструкции и оснащения современным технологическим и звуковым оборудованием кинотеатра «Кодак – Киномир» в Москве, который стал первым в России кинотеатром нового формата, соответствующий западным стандартам кинопоказа, звуком в формате Dolby Digital и современным проекционным оборудованием. Именно в «Киномире» московские зрители в первый раз попробовали попкорн, который теперь стал неотъемлемой частью кинотеатров [7].

С 1996 по 2002 гг. были открыты кинотеатры в Москве, Челябинске, Ростове-на-Дону, Владимире, Екатеринбурге и других городах и большинство из них – это реконструкция старых сооружений, подходящих под оснащение кинотеатров. Также в декабре 2002 г. был открыт первый кинотеатр сети внутри торгового центра [7].

В следующие годы сеть стала больше создавать свои кинотеатры с нуля, а не заниматься реконструкцией и преимущественно в областях, а не Москве и Санкт-Петербурге.

В 2008 году в Екатеринбурге был открыт первый кинотеатр в городе, который показывал фильмы в формате 3D. Все последующие кинотеатры и некоторые старые были оборудованы 3D залами [7].

С 2008 по 2018 гг. сеть продолжала открывать все новые кинотеатры по всей стране, в том числе залы IMAX. А в 2018 году открыла свой первый IMAX-Laser зал на Домодедовской, где была представлена лазерная технология отображения картинки в разрешении 4K [8].

На конец 2019 года, сеть «Киномакс» имела 32 кинотеатра и 243 зала, с чем она занимала 4,4% всех залов России [5].

Во время пандемии в основном закрывались частные кинотеатры, а крупные сети смогли сохранить большинство своих кинотеатров, но нельзя сказать, что они нормально существовали, они скорее выживали.



Первые признаки COVID-19 начали проявляться в России в конце марта 2020 года и примерно через 2 недели кинотеатры были полностью закрыты во многих регионах РФ на 4-9 месяцев.

Но даже после открытия кинотеатров, крупные западные новинки в них отсутствовали, а именно на них ходит большинство российских зрителей, поэтому наши кинотеатры тоже стали терять аудиторию.

Однако, в отличие от блокбастеров, которым для окупаемости нужны большие общемировые сборы, российские картины имеют гораздо меньшие бюджеты, чем и воспользовались наши кинокомпании в этот период «засухи», тем самым дав кинотеатрам фильмы, которые могли привлечь аудиторию.

Из-за переноса многих западных картин, зрители стали чаще ходить на российские картины, которые продолжали выходить на фоне пандемии, тем самым поддерживая кинотеатры на плаву. Например, самым кассовым фильмом 2020 года во время пандемии в России стала российская картина «Непосредственно Каха», заработавшая 543,6 млн. руб. Но даже несмотря на это, общие сборы в России по данным ЕАИС упали почти на 60%, из чего можно сделать вывод, что выручка кинотеатров упала не меньше [9].

Для повышения посещаемости многие кинотеатры стали пускать в старые фильмы повторно или сдавать помещения в аренду, но это все равно не спасало их от падения выручки.

Подводя итог вышесказанному, можно отметить, что 2020 год сильно ударил по всем кинотеатрам мира и многие из них находятся на грани закрытия или сокращения количества кинотеатров; особенно на фоне роста различных онлайн площадок просмотра фильмов. Но окончательно о будущем кинотеатров можно будет судить только по следующим двум годам, когда, наконец, выйдут в прокат самые громкие кинопремьеры, и можно будет увидеть, готовы ли люди вернуться в залы или предпочтут оставаться дома.

#### **Список использованных источников:**

1. Что показывали в первом кинотеатре России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kinobusiness.com/news/sinema-park-otmetil-10-letie-uspeshnoy-raboty/#:~:text=История%20Национальной%20сети%20кинотеатров%20СИНЕМА,реставрация%20уже%20существующих%20устаревших%20мощностей/> (Дата обращения 04.05.2021г.)

2. Фролова Е. Из опыта изучения зрителя в 20-х гг.// Методологические проблемы советского искусствознания.- 2002.- № 6. - С. 43-56.

3. СИНЕМА ПАРК отметил 10-летие успешной работы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kinobusiness.com/news/sinema-park-otmetil-10-letie-uspeshnoy-raboty/#:~:text=История%20Национальной%20сети%20кинотеатров%20СИНЕМА,реставрация%20уже>



%20существующих%20устаревших%20мощностей/ (Дата обращения 04.05.2021г.)

4. Сети кинотеатров «Синема Парк» и «Формула Кино» объединятся [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.the-village.ru/business/news/232653-cinemas> (Дата обращения 06.05.2021г.)

5. Кинотеатры в России, годовые данные [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://research.nevafilm.ru/research/statistika/> (Дата обращения 06.05.2021г.)

6. Интервью с генеральным директором сети кинотеатров "КАРО Фильм" [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://adindex.ru/publication/archive\\_2005\\_2008/interviews/9511.phtml](https://adindex.ru/publication/archive_2005_2008/interviews/9511.phtml) (Дата обращения 07.05.2021г.)

7. Возникновение и развитие компании «КИНОМАКС» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://kinomax.ru/static/history> (Дата обращения 07.05.2021г.)

8. «Киномакс» открыл кинотеатр с одним из самых больших ИМАХ-экранов в России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dtf.ru/cinema/25827-kinomaks-otkryl-kinoteatr-s-odnim-iz-samyh-bolshih-imax-ekranov-v-rossii> (Дата обращения 08.05.2021г.)

9. Итоги кинопроката в 2020 году [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.fond-kino.ru/news/itogi-kinoprokata-v-2020-godu/> (Дата обращения 08.05.2021г.)

© Нетребко М.Д., Страчкова Е.Г., 2021

УДК 669

## ПРЕДПРИЯТИЯ ЧЕРНОЙ МЕТАЛЛУРГИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Никитина М.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Череповецкий государственный университет», Череповец*

Черная металлургия – это отрасль металлургии, занимающаяся производством стали и ее сплавов. Черная металлургия нашего отечества входит в число самых мощных в мире, от итога ее функционирования обусловлено положение экономики страны в сравнении с другими государствами.

По мнению World Steel Association – международной ассоциации производителей стальной и железной продукции – Россия занимает 5 место в мировом производстве стали в 2019 году [1]. В этом же году производство стали в нашей стране снизилось на 0,6%, а в промежутке с января до сентября 2020 года оно сократилось на 2,9%. Примерно с апреля 2020 года





изготовление стали не превосходило 6 миллионов тонн. За 9 месяцев 2020 года такие предприятия, как ЕВРАЗ, Новолипецкий металлургический комбинат, Магнитогорский металлургический комбинат, «Северсталь», «Мечел» и «Металлоинвест» произвели 45,4 миллиона тонн стали, что составило 87% производства России за этот период [2].

Среднемесячная заработная плата за 2020-2021 год составила 61216 рублей, что выше среднемесячной заработной платы по России (51083 рублей) [3]. Численность работников в данной отрасли с 2017 года выросла с 1126,8 тыс. чел. до 1152,9 тыс. чел [4].

Рассмотрим подробнее несколько крупных российских предприятий черной металлургии (см. табл. 1).

1. «ЕВРАЗ Металл Инпром» в данный момент является одним из ведущих металлотрейдеров России. Основным типом деятельности компании служит оптовая торговля черными металлами в первичной форме. Компания имеет около 30 филиалов в двух регионах. Уставный капитал предприятия составляет 407,7 миллионов рублей. За 2019 год ЕВРАЗ получила выручку в размере 40,7 миллиардов рублей, а вот прибыль не дала такого хорошего результата и привнесла убытки в размере 200 миллионов рублей [5].

2. Новолипецкий Металлургический комбинат – основной формой деятельности компании является изготовление листового холоднокатаного стального проката. Комбинат имеет уставный капитал в размере 6 миллиардов рублей. За 2019 год предприятие получило 421,8 миллиарда рублей прибыли и 83,4 миллиарда рублей выручки [6].

3. ОАО «Северсталь» – в основном занимается производством стали, ферросплавов и чугуна. Компания располагает уставным капиталом в размере 8,4 миллиона рублей. Выручка за 2019 год составила 457,6 миллиарда рублей, а прибыль – 105,7 миллиардов рублей [7].

4. ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат» – основным видом деятельности компания схожа с «Северсталь». Комбинат располагает уставным капиталом, который составляет 11,2 миллиарда рублей. Выручка за 2019 год равна 434,9 миллиарда рублей, а прибыль – 55,6 миллиарда рублей [8].

5. «Металлоинвест» – компания имеет уставный капитал в размере 3,7 миллиарда рублей. Несмотря на внушительную сумму уставного капитала, предприятие имеет имущество стоимостью менее 20 тысяч рублей. За 2019 год предприятие получило 72,1 миллиарда рублей выручки и 66,3 миллиарда рублей прибыли [9].





Таблица 1 – Сравнительная таблица крупнейших российских предприятий черной металлургии.

Предприятие	Местоположение	Год основания	Уставный капитал, млн. руб.	Выручка за 2019 г., млрд. руб.	Прибыль за 2019 г., млрд. руб.	Рыночная стоимость компании на 2019 г., млрд. руб.
ЕВРАЗ Металл Инпром	г. Таганрог	1996	407,7	40,7	-0,2	3
Новолипецкий металлургический комбинат	г. Липецк	1993	6000	421,8	83,4	2055
Северсталь	г. Череповец	1993	8,4	457,6	105,7	1757,9
Магнитогорский металлургический комбинат	г. Магнитогорск	1992	11200	434,9	55,6	949,4
Металлоинвест	г. Москва	2000	3700	72,1	66,3	273,7

По анализируемым данным Магнитогорский металлургический комбинат имеет самый большой уставный капитал из предложенных компаний. Большой размер капитала делает предприятие наиболее надежным в глазах контрагентов, но также связывает компанию с рисками в случае банкротства. В данной ситуации владельцы просто теряют вложенные деньги. Наиболее прибыльной компанией в 2019 году оказалась «Северсталь», но, несмотря на это, уступает по рыночной стоимости Новолипецкому металлургическому комбинату.

Металлургия является одной из крупнейших сфер промышленности и, как любые направления экономики, имеет ряд проблем. Предприятия черной металлургии имеют множество экономических проблем. Самыми основными считаются [10]:

большая зависимость от уровня цен, а также спроса на мировом рынке;

высокий уровень износа основных средств, который вызван особенностями производства и использованием устаревшего оборудования; ограниченный спрос.

Данные сформировавшиеся проблемы требуют сбалансированного комплекса решений, которые учитывают интересы государства, бизнеса и населения.

Особенностью современных предприятий черной металлургии является разработка, внедрение и использование информационно-коммуникационных технологий и техники. Процесс развития информационно-коммуникационных технологий и техники значительно опережает способности черной металлургии. Вследствие этого, появляется проблема реконструкции всего механизма производств. Выход из данной ситуации подразумевает несколько ограничений.

Во-первых, финансовые ограничения. В ситуации кризиса некоторые предприятия черной металлургии закрывают инвестиционные программы,



которые также могут быть направлены на введение информационно-коммуникационных технологий.

Во-вторых, ложная многогранность информационно-коммуникационных технологий. Нынешние технологии направлены на использование программной продукции и с адаптированным потребительским интерфейсом и широким функционалом. В связи с этим возникает ложное представление об универсальности использования шаблонных схем данных технологий к решению различных задач производства. Это приводит к недостаточной производительности рассматриваемых технологий.

В-третьих, недостаток экспертов для построения и внедрения информационно-коммуникационных систем на предприятия черной металлургии. В настоящее время от таких специалистов требуется новое информационное мировоззрение, значительное улучшение информационной культуры, а также опыт применения информационно-коммуникационных технологий на практике.

Одной из самых масштабных проблем предприятий черной металлургии является загрязнение окружающей среды. По данным Росстата металлургия занимает второе место по этой проблеме. Это связано с рядом факторов [11]:

1. Устаревшее оборудование и использование несовременных технологий – ведущий фактор того, что металлургическое производство загрязняет окружающую среду различными отходами, например, с дымом и газом в атмосферу попадает больше вредных веществ, чем на модернизированных предприятиях; очищающие установки перестают эффективно работать.

2. Выброс вредных веществ в атмосферу. Согласно сведениям, которые были приведены в Бюллетене Росстата «Основные показатели охраны окружающей среды», в 2019 году в районах, где располагаются крупные предприятия черной металлургии, на них приходится 50% загрязнения окружающей среды.

3. Использование дренажных систем, т.е. сооружений, которые предприятия используют для сосредоточения и удаления инфильтрованных вод. Поскольку большое количество используемой воды идет на охлаждение при производстве такие предприятия ответственны за тепловое загрязнение воды, а также повышение ее кислотности.

Воздействие данных факторов приводят к следующим последствиям:

1. Накопление тяжелых металлов в почве, растениях воде, организме человека и т.д. Очистить что-либо от такого вида металлов очень сложно.

2. Загрязненные земли становятся непригодными для сельского хозяйства. Это происходит, потому что все вредные вещества попадают в выращенные растения, а затем в организмы людей и животных.





3. Загрязняются источники питьевой воды. Подземные и поверхностные воды также подвергаются загрязнению тяжелыми металлами, поэтому запасы питьевой воды постоянно снижаются.

4. Увеличение числа заболеваний и рост смертности. По сведениям Росстата в промышленных районах продолжительность жизни в среднем ниже, чем в экологически благоприятных районах.

Для того чтобы сделать более безопасной деятельность предприятий черной металлургии для окружающей среды, нужно:

заменить старое оборудование и модернизировать предприятие в целом;

установить актуальные системы очистки;

ликвидировать или пустить отходы во вторичную переработку;

провести меры по экологическому восстановлению земель.

Таким образом, спрос на продукции предприятий черной металлургии достаточно высок. В связи с этим, компаниям необходимо быстро решать возникшие проблемы, чтобы держать свою производственную мощь в норме. Все сложившиеся задачи требуют четкого, продуманного комплекса мероприятий по их устранению. Только при таком подходе предприятия смогут сохранить свои позиции и производительность.

#### **Список использованных источников:**

1. World Steel Association “World Steel in Figures”  
URL: <https://www.worldsteel.org/steel-by-topic/statistics/World-Steel-in-Figures.html>

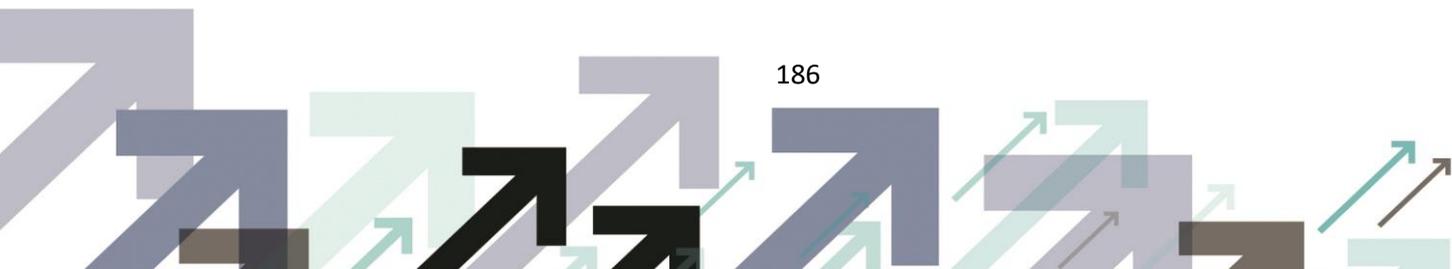
2. Исследовательский центр компании “Делойт” в СНГ “Обзор рынка черной металлургии - 2020” URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/research-center/%D0%9E%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80%20%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BA%D0%B0%20%D1%87%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BB%D1%83%D1%80%D0%B3%D0%B8%D0%B8%202020.pdf>

3. Федеральная служба государственной статистики Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций по видам экономической деятельности в Российской Федерации с 2013 года URL: [https://rosstat.gov.ru/labor\\_market\\_employment\\_salaries](https://rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries)

4. Федеральная служба государственной статистики Среднегодовая численность занятых по видам экономической деятельности с 2017 года (ОКВЭД2) URL: [https://rosstat.gov.ru/labour\\_force](https://rosstat.gov.ru/labour_force)

5. Сбис “ЕВРАЗ Металл Инвест” от 10.02.2021. URL: <https://sbis.ru/contragents/6154062128/615401001>

6. Сбис “Новолипецкий металлургический комбинат” от 10.02.2021. URL: <https://sbis.ru/contragents/4823006703/482301001>





7. Сбис “Северсталь” от 15.02.2021. URL: <https://sbis.ru/contragents/3528000597/997550001>

8. Сбис “Магнитогорский металлургический комбинат” от 12.02.2021. URL: <https://sbis.ru/contragents/7414003633/997550001>

9. Сбис “Металлоинвест” от 14.02.2021. URL: <https://sbis.ru/contragents/7705392230/773101001>

10. Самарина В.П. Черная металлургия Европейского Севера России: экономические, экологические и информационно-коммуникационные проблемы развития. 2017. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29253384>

11. Субботина О. Влияние металлургической промышленности на окружающую среду и здоровье человека. Меры по снижению воздействия. 2020. URL: <https://greenologia.ru/eko-problemy/metallurgicheskay-promyshlennost.html>

© Никитина М.А., 2021

УДК 336.71

## ЭВОЛЮЦИЯ МЕТОДОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА КАК ГЛАВНОГО ФАКТОРА КОНКУРЕНЦИИ ПРОДУКЦИИ

Овезов К.

Научный руководитель Мишаков В.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Главными факторами конкуренции продукции являются цена и качество. В условиях рыночных отношений возрастает роль неценовой конкуренции, когда завоевать потребителя можно только через высокое качество. Поэтому проблемы обеспечения качества продукции были и будут оставаться в центре внимания любого производства [1].

Обеспечение качества в настоящее время является обязательным условием каждого производства. Система обеспечения качества предусматривает гораздо большее воздействие на изделия, чем это предусматривается при контроле качества. Нередко под контролем качества понимают только контроль и испытания изделий, хотя технология изготовления оказывает значительно большее влияние, чем конечные операции по изготовлению изделий.

В истории качества существует пять перекрывающихся и продолжающихся фаз: фаза отбраковки; фаза контроля качества; фаза управления качеством; фаза менеджмента качества; фаза качества среды [2].

Фаза отбраковки. В 70-х годах XIX века в оружейном производстве (заводы Сэмюэля Кольта) родилась идея стандартного качества – изделия





собирались не из подогнанных друг к другу деталей, а из случайно выбранных из партии, т.е. взаимозаменяемых деталей. Перед сборкой эти детали проверялись с помощью калибров, и негодные отбраковывались. Контроль и отбраковку осуществляли специально обученные контролёры [3].

Фаза контроля качества. Система Тейлора дала великолепный механизм управления качеством каждого конкретного изделия (деталь, сборочная единица), однако производство – это процессы. И вскоре стало ясно, что надо управлять процессами. Системы качества усложнились, так как в них были включены службы, использующие статистические методы. Появилась специальность – инженер по качеству, который должен анализировать качество и дефекты изделий, строить контрольные карты и т.п. В целом акцент с инспекции и выявления дефектов был перенесён на их предупреждение путём выявления причин дефектов и их устранения на основе изучения процессов управления ими [4].

Более сложной стала мотивация труда, так как теперь учитывалось, как точно настроен процесс, как анализируются те или иные контрольные карты регулирования и контроля. Стали более сложными и отношения «поставщик – потребитель». В них большую роль начали играть стандартные таблицы статистического приёмочного контроля [5].

Фаза управления качеством. Начало данной фазы управления качеством принято отсчитывать с 1950 г. Поворотным событием стало выступление с лекциями перед ведущими промышленниками Японии американца доктора Эдварда Деминга. За 12 лекций доктор Деминг встретился с сотнями ведущих менеджеров японских фирм. Им, а также Джозефом М. Джураном, другим американцем, также приглашённым в порядке правительственной технической помощи в Японию, была разработана программа, главная идея которой состояла в следующем: «Основа качества продукции – качество труда и качественное управление на всех уровнях, то есть такая организация работы коллективов людей, когда каждый работник получает удовольствие от своей работы» [6].

Программа базировалась уже на совершенствовании не только производственных процессов, а системы в целом, на непосредственном участии высшего руководства компаний в проблемах качества, обучении всех сотрудников компаний сверху донизу основным методам обеспечения качества, на упоре на мотивацию сотрудников на высокооплачиваемый труд. Место концепции недопущения брака к потребителю и концепции увеличения выхода годных изделий заняла концепция «ноль дефектов» [7].

Фаза менеджмента качества. Эта фаза стала зарождаться в середине 60-х годов как развитие идей предыдущей фазы в направлении более полного удовлетворения запросов потребителей. Всеобщий менеджмент качества (TQM) постепенно пришёл на смену Всеобщему управлению





качеством (ТQC). Необходимость развития этой фазы связана с развитием мирового рынка товаров и услуг, резким обострением конкуренции на этом рынке и политикой государственной защиты потребителей [8].

Основой концепции новой фазы стали: идея, что большая часть дефектов изделий закладывается на стадии разработки из-за недостаточного качества проектных работ; перенос центра тяжести работ по созданию изделия с натуральных испытаний опытных образцов или партий на математическое моделирование свойств изделий, а также моделирование процессов производства изделий, что позволяет обнаружить и устранить конструкторские и технологические дефекты ещё до начала стадии производства; концепция «удовлетворённого потребителя», занявшая место концепции «ноль дефектов»; предоставление высокого качества изделий потребителю за приемлемую цену, которая постоянно снижается, так как конкуренция на рынках очень высока [9].

Фаза качества среды. В 90-е годы XX века усилилось влияние общества на предприятия, а последние стали всё больше учитывать интересы общества. Это привело к появлению стандартов ИСО 14000, устанавливающих требования к системам менеджмента с точки зрения защиты окружающей среды, к безопасности продукции. В соответствии со стандартом ИСО 14000 в каждой организации должны быть: введены определённые экологические процедуры; осуществлены меры по строгому их соблюдению; подготовлены пакеты документов; назначены ответственные за определённые области экологической деятельности [10].

В системах качества 90-х годов усилилось внимание к заинтересованным лицам. Стало понятно, что гармоничное развитие фирмы невозможно при условии сильного недовольства какой-либо из заинтересованных сторон. Поэтому требование к всеобщему благоденствию было включено в стандарт ИСО 9004:2000 [11].

Сертификация систем качества на соответствие стандартам ИСО 14000 становится не менее популярной, чем на соответствие стандартам ИСО 9000. существенно возросло влияние гуманистической составляющей качества. Усиливается внимание руководителей предприятий к удовлетворению потребностей своего персонала [12].

Таким образом, новая система стандартов призвана обеспечивать уменьшение неблагоприятных воздействий на окружающую среду на трёх уровнях:

- организационном – через улучшение экологического «поведения» фирм;
- национальном – через создание государственной экологической политики;
- международном – через улучшение условий международной торговли.



### Список использованных источников:

1. Ашальян Л.Н., Женжебир В.Н., Колосова Г.М., Медведев В.М., Паластина И.П., Положенцева И.В., Пшава Т.С., Фадеев А.С., Филатов В.В., Филатов А.В. Научно-техническое развитие как инновационный фактор экономического роста. Коллективная монография, Москва, 2014

2. Ашальян Л.Н., Дадугин М.В., Диброва Ж.Н., Женжебир В.Н., Колосова Г.М., Пшава Т.С., Филатов В.В., Филатов А.В. Управление лицензионной деятельностью: вопросы теории и практики. Монография. Москва, 2013.

3. Кайдзен: ключ к успеху японских компаний/ Масааки Имаи; Пер. с англ. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2004. – 274 с. – (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»).

4. Бойков С.Р., Филатов В.В., Мишаков В.Ю. Обзор зарубежных моделей менеджмента. В сборнике: Актуальные проблемы экономики, коммерции и сервиса. Сборник научных трудов кафедры Коммерции и сервиса, посвященный Юбилейному году РГУ им. А.Н. Косыгина. Под редакцией В.Ю. Мишакова, Л.Е. Зерновой. Москва, 2020. С. 6-12

5. Букша А., Филатов В.В. Принципы и цели современного руководителя азиатского стиля менеджмента. В сборнике: Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2020). Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО "РГУ им. А.Н. Косыгина". 2020. С. 86-90.

6. Букша А., Филатов В.В. Принципы ответственного руководства японской школы менеджмента. В сборнике: Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2020). Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО "РГУ им. А.Н. Косыгина". 2020. С. 90-94.

7. Венкат С.К., Филатов В.В., Мишаков В.Ю. Современные проблемы проектирования процессов управления производственными предприятиями. В сборнике: Актуальные проблемы экономики, коммерции и сервиса. Сборник научных трудов кафедры Коммерции и сервиса, посвященный Юбилейному году РГУ им. А.Н. Косыгина. Под редакцией В.Ю. Мишакова, Л.Е. Зерновой. Москва, 2020. С. 17-23.

8. Рябова Т.Ф., Филатов В.В., Проскурина З.Б. Управление качеством бизнес-процессов в условиях глобализации. Вестник университета. 2013. № 16. С. 158-168.

9. Филатов В.В., Алексеев А.Е., Диброва Ж.Н., Денисов М.А. и др. Методология управления экономической интеграцией и концентрацией на примере организации вертикально - интегрированного холдинга. Курск, 2016.



10. Филатов В.В., Алексеев А.Е., Галицкий Ю.А., Долгова В.Н., Дорофеев А.Ю., Женжебир В.Н., Кобиашвили Н.А., Князев В.В., Лочан С.А., Медведев В.М., Минайченкова Е.И., Мухина Т.Н., Петросян Д.С., Пшава Т.С., Фадеев А.С., Шестов А.В. Менеджмент традиционные и современные модели. Справочник, Издательство «Научно-издательский центр ИНФРА-М» Москва, 2017, с.474

11. Филатов В.В., Хомутишникова Т.В., Деева В.А., Князев В.В., Бачурин А.П., Долгова В.Н., Медведева Т.Ю., Паластина И.П. Управление качеством. Учебное пособие. Издательство: Москва, Издательство ЦНТБ пищевой промышленности, 2009

12. Филатов В.В., Беспалов В.В., Женжебир В.Н., Кудрявцев В.В., Мишаков В.Ю., и др. Проектирование информационных систем управления бизнес-процессами предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности. Учебник, Москва, ЗАО «Университетская книга», 2021

© Овезов К., 2021

УДК 336.71

## РОЛЬ И РАЗВИТИЕ СЕРВИСА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Ормоцадзе Л.Г.

Научный руководитель Мишаков В.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Главной целью современного этапа экономических преобразований, проводимых в торговле, является создание благоприятных условий для эффективной деятельности торговых предприятий [1].

Достижение этой цели, с одной стороны, предполагает совершенствование законодательной, финансовой, налоговой среды, в которой работают торговые предприятия, а с другой – требует кардинального улучшения работы самих предприятий в условиях рыночных отношений [2].

На современном этапе перехода к рыночным отношениям в нашей стране сервис начинает играть важную роль для успешной деятельности любого торгового предприятия. Возросшая конкуренция вынуждает предприятия идти на все большие уступки потребителям в сбыте своей продукции. Кроме того, объективным фактором возрастания роли сервиса является то, что эффективность рекламы снижается из-за растущих издержек и рекламной тесноты в средствах массовой информации [3].

Кроме того, в условиях, когда магазины мало чем отличаются между собой по товарам, ценам и обстановке предоставление более качественного по сравнению с конкурентами обслуживания является эффективным





способом дифференциации розничного предложения. Именно поэтому все большее число предприятий прибегает к повышению уровня сервиса, как к средству, которое может эффективно влиять на успешную деятельность любого торгового предприятия [4].

Особенно велика роль сервиса в отношении многочисленных видов высокотехнологичного оборудования, покупатели которого сопоставляют предложения исходя из полной стоимости приобретаемого изделия, включая условия его эксплуатации и обновления. Для таких товаров жизненно необходимы большие объемы предпродажного и послепродажного сервиса, информационных и различных консалтинговых сервисных услуг [5].

Таким образом, объем и качество сервиса, привлекаемого для реализации товара, во многом обуславливают успех торгового предприятия на рынке, способствуют увеличению объемов продаж.

В современных условиях развития рыночных отношений существенно изменяются формы взаимоотношений между производителями и потребителями продукции. Сегодня индустриальный мир – это поле жесточайшей конкуренции между фирмами и предприятиями в производстве и сбыте продукции. В условиях постоянной борьбы за покупателя в последние годы на передний план вышел такой, на первый взгляд, неприметный фактор, как сервисное обслуживание [6].

Под сервисом понимается комплекс услуг, связанных со сбытом и использованием машин, оборудования и другой промышленной продукции и обеспечивающих постоянную готовность к высокоэффективной эксплуатации [7].

Главный принцип современного сервиса заключается в том, что фирма – производитель товара берет на себя ответственность за поддержание работоспособности продукции в течение всего срока ее эксплуатации [8].

Для одних товаров сервис может быть незначительным, для других – играть определенную роль. Особенно важен сервис при сбыте продукции производственного назначения, а также технически сложных товаров. Для предприятий – производителей технически сложных товаров и продукции производственного назначения система сервисного обслуживания является важным элементом товарной политики предприятия и фактором конкурентоспособности выпускаемой продукции, поэтому фирмы рассматривают это весьма хлопотное дело не как обременительную обязанность, а как неотъемлемую часть маркетинговой политики предприятия [9].

Сервисные услуги, предоставляемые покупателю при продаже продукции, могут быть весьма разнообразными, но в целом они делятся на:



предпродажные услуги; послепродажные услуги, в том числе гарантийное и послегарантийное обслуживание [11].

Предпродажные услуги, связанные с подготовкой товаров к продаже и, собственно с продажей и привлечением покупателей, включают: подготовку товара к продаже, придание готовой продукции товарного вида после доставки к месту продажи, распаковку товара, снятие антикоррозийных и иных покрытий, монтаж, заправку топливом, наладку и регулирование, доведение показателей до паспортного уровня, исправление повреждений, полученных при транспортировке; разработку системы каталогов и прейскурантов, подготовку, а при необходимости и перевод технической документации и инструкций пользования на соответствующий язык; подгонку по размеру, приспособление и отделку; демонстрацию продукции покупателям, обучение обращению с товаром; проведение испытаний, специальное использование изделий; технические и иные консультации покупателя; проявление личного внимания к покупателю; оформление (например, подарочная упаковка); организационные меры по реализации продукции и многое другое [12].

Предпродажные услуги – необходимый элемент работы предприятия на рынке, позволяющий показать покупателю «товар лицом», продемонстрировать все его преимущества. Это важный фактор конкурентоспособности продукции [13].

Обслуживание, качество, надежность – стратегические установки, рассчитанные на завоевание верности потребителя и на долгосрочный рост и сохранение дохода. Под сервисом понимается комплекс услуг, связанных со сбытом и использованием машин, оборудования и другой промышленной продукции и обеспечивающих постоянную готовность к высокоэффективной эксплуатации [14].

В настоящее время разнообразные сервисные услуги являются неотъемлемым элементом маркетинговой политики предприятия и важным фактором конкурентной борьбы за покупателя. Все они направлены в конечном итоге на увеличение рентабельности производства и сбыта за счет формирования доверительных отношений с клиентами, формирования приверженности покупателя товарной марке, а увеличение объема и качества предоставляемого обслуживания могут прямо воздействовать на величину доходов и прибыльность торговых предприятий.

#### **Список использованных источников:**

1. Бойков С.Р., Филатов В.В., Мишаков В.Ю. Обзор зарубежных моделей менеджмента. В сборнике: Актуальные проблемы экономики, коммерции и сервиса. Сборник научных трудов кафедры Коммерции и сервиса, посвященный Юбилейному году РГУ им. А.Н. Косыгина. Под редакцией В.Ю. Мишакова, Л.Е. Зерновой. Москва, 2020. С. 6-12.



2. Варламова В.А., Мишаков В.Ю. Инновационные методы складской логистики на предприятии ГК «Восток-сервис». В сборнике: Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2020). Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО "РГУ им. А.Н. Косыгина". 2020. С. 99-102.

3. Денисова Н.А., Колосова Г.М., Филатов В.В. Контроллинг инноваций на региональных рынках страховых услуг. Вестник университета. 2012. № 10. С. 25-33.

4. Дорофеев А.Ю., Колосова Г.М., Нурмагомедова Н.В., Сафронов Б.И., Филатов В.В. Ситуационный анализ рынка интеллектуальных услуг для эффективного управления оценочной деятельностью. Аспирант и соискатель. 2011. № 1 (61). С. 26-30.

5. Егоян Э.А., Мишаков В.Ю. Современные проблемы и перспективы сферы услуг. В сб.: Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2018) мат.-лы Всеросс. науч. конф. молодых исследователей. Министерство образования и науки Российской Федерации; Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство). 2018. С. 388-390.

6. Зайцева Н.А., Макарова Л.М., Ларионова А.А., Филатов В.В., Окунев Д.В., Положенцева И.В., Вихрова Н.О. Оценка конкурентоспособности субъектов рынка телекоммуникационных услуг. Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores. 2019. Т. 6. № S3. С. 60.

7. Коваленко А.В., Филатов В.В. Стратегические аспекты страхового маркетинга инноваций на региональном рынке услуг в современных условиях. МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2012. № 11. С. 56-61.

8. Лобачев В.О., Мишаков В.Ю. Этапы оказания консультационно-экспертных услуг поставщику потребительских товаров согласно федеральному закону №44-ФЗ. В сборнике: Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2020). Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО "РГУ им. А.Н. Косыгина". 2020. С. 111-114.

9. Першукова С.А. Значение системы менеджмента качества услуг. В сборнике: Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2020). Сборник материалов Международной научно-технической конференции. 2020. С. 136-139.

10. Першукова С.А. Особенности маркетинговой деятельности в сфере обслуживания. В сборнике: Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса. Сборник научных трудов кафедры коммерции и



сервиса. Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина. Москва, 2019. С. 125-127.

11. Филатов В.В., Кудрявцев В.В., Мишаков В.Ю., Кирсанова Е.А. и др. Реинжиниринг бизнес–процессов предприятий сервиса. Москва, 2019.

12. Филатов В.В., Колосова Г.М., Денисова Н.А. Стратегические подходы к инновационному сервису, формирующему новые региональные рынки. Качество. Инновации. Образование. 2012. № 9 (88). С. 44-49.

13. Филатов В.В., Кудрявцев В.В., Родинова Н.П. и др. Проектирование бизнес-процессов предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности. Учебник, Москва, ЗАО «Университетская книга», 2019.

14. Филатов В.В., Беспалов В.В., Женжебир В.Н., Кудрявцев В.В., Мишаков В.Ю., и др. Проектирование информационных систем управления бизнес-процессами предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности. Учебник, Москва, ЗАО «Университетская книга», 2021

© Ормоцадзе Л.Г., 2021

**УДК 378.184**

**ИССЛЕДОВАНИЕ УСЛУГ ОПЕРАТОРОВ СОТОВОЙ СВЯЗИ  
С ЦЕЛЮ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ  
В КОММУНИКАЦИИ ЛИЦ,  
ОБУЧАЮЩИХСЯ В ЗАВЕДЕНИЯХ  
ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Петрова М.Д., Вейсерт С.В., Тарута С.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет», Омск*

В данной статье проведен сравнительный анализ нескольких видов услуг операторов сотовой связи с целью выявления тарифа наиболее выгодного и удовлетворяющего максимальное количество потребностей студентов в коммуникации. Исследование составлено на основе по таким критериев, как приоритетные характеристики при выборе сотового оператора, количество SMS в тарифе, общее количество минут на звонки, количество минут на звонки внутри сети, объем Интернета, стоимость тарифа, наличие дополнительных условий тарифа, соотношение цена-качество. В ходе работы проведен социологический опрос, на основе которого был выявлен наиболее востребованный тариф для студентов. Даны рекомендации относительно самого выгодного тарифного плана для студентов.

Обучение в заведениях высшего и среднего образования – веселая, но часто сложная пора в жизни человека. Главным видом деятельности у этой группы населения является общение, через которое проводятся обучение и



иные специфические процессы. Можно говорить о том, что коммуницирование поставляет необходимые знания, связывает два и более источника информации, а также носит увеселительный характер.

Статистика газеты «Известие» говорит о том, что за последний год пандемия повлияла на средний чек за мобильную связь, теперь он возрос на 6,2% и составил 426,8 рубля [1]. Но растут не только цены на тарифы, но также объем потребляемых населением услуг.

Студенты получают скромную стипендию, оплачивают свои условия жизни, питание, транспорт и обучение. В связи с этим у них остается мало свободных средств на мобильную связь. Можно говорить о том, что им приходится четко планировать свой бюджет и даже экономить. Тем не менее, приходится тратиться на Интернет, с помощью которого общаются с друзьями и выходят на дистанционные семинары, на звонки с родителями и прочее. То есть нужны специальные студенческие тарифные планы, включающие только то, что нужно, чтобы не переплачивать за лишнее.

На сегодняшний день актуальной темой среди студентов является выбор наиболее выгодного и эффективного мобильного оператора, который смог бы в полной мере удовлетворить потребности в коммуникации. Безусловно, выбор оператора сугубо индивидуальное дело, так как опирается на личные требования каждого из нас. К примеру, кому-то нужен неограниченный пакет Интернета, а другому – более 300 минут на звонки в месяц по России. В данном исследовании выявлены основные критерии сравнения тарифных планов, предоставляемых сотовыми операторами на территории России.

Целью данного исследования является выявление тарифа, наиболее выгодного и удовлетворяющего максимальное количество потребностей студентов, на основе проведения социологического опроса.

Для достижения поставленной задачи необходимо решить ряд следующих задач:

- выявление ключевые потребности студентов в коммуникации;
- определение критериев услуг, предоставляемых сотовыми операторами в различных тарифных планах, удовлетворяющим ключевым потребностям в коммуникации у студентов;
- проведение социологического опроса;
- анализ данных социологического опроса;
- формулирование выводов.

На сегодняшний момент услуги сотовой связи – один из наиболее развивающихся и доходных сегментов на рынке телекоммуникационных услуг в России. С самого начала существования сотовых сетей в России (с 1991 г.) наблюдалось ежегодное удвоение числа абонентов. Услуги сотовой связи в настоящий момент доступны практически каждому. Согласно данным аналитического агентства AC&M Consulting услугами МТС



пользуются 78 миллионов человек, Мегафон – 75,9 миллиона, Билайн – 54 миллиона, Теле2 – 46 миллионов абонентов [2].

Отрасль постоянно развивается, усложняются услуги. Услуга сотовой связи чрезвычайно доступна, стоимость сим-карты в настоящее время достаточно низкая, поэтому в любой момент можно поменять оператора и воспользоваться более выгодными услугами. Успех в сфере услуг сотовой связи является высокий уровень сервиса и гарантии постоянства качества.

На рынке сотовой связи лидирующие позиции занимает небольшое число операторов. Оператор сотовой связи – компания, предоставляющая услуги сотовой связи для сотовых телефонов своих абонентов [1].

На текущий момент в России представлены четыре крупных сотовых оператора: МТС, Мегафон, Билайн, Теле2. Так же на рынке работает дополнительно большое количество мелких организаций, которые часто используют сети своих крупных конкурентов. Поэтому одна из особенностей российского рынка сотовой связи – высокий уровень конкуренции. Конкуренция дает возможность сделать услуги связи более доступными для пользователей, при этом снижая на них цену. Компании сотовых операторов борются за потребителей различными путями. В гонке за лидирующей позицией на рынке, операторы снижают тарификации, конкурируют с компаниями, которые обеспечивают проводную связь и являются фирмами другой части рынка. В такой конкурентной гонке преимущество получают все же те компании, которые ориентируются на узкую часть аудитории, чем те, которые используют в большей мере способ снижения тарифных планов.

Как показывает практика, на данный момент происходит вытеснение услуг интернет-провайдеров мобильными операторами. Сейчас можно приобрести один полный пакет услуг от своего оператора, вместо того, чтобы дополнительно платить разным компаниям за доступ к сети интернет и абонентскую плату.

Тарифный план – стандартная форма коммерческого предложения, в которой указывается перечень возможных услуг и порядок определения их цены. Имеет однозначно определенный способ учёта количественных и качественных характеристик услуги, предоставляемых абоненту, что для упрощения производимых расчетов приводится к минимально установленной единице учёта специфической услуги [2]. Тариф на сотовую связь – набор условий, на которых абоненту оказывается установленный набор услуг, например, голосовой связи, SMS, MMS, мобильного интернета. Первые тарифы в большинстве своем были безабонплатными, то есть тарификация осуществлялась поминутно или посекундно, при этом минуты стоили довольно дорого. По прошествии времени операторы перешли на более выгодную для себя модель, когда абонентом производится оплата



заблаговременно за определенный набор услуг, которыми он может и не воспользоваться в полной мере в течение оговоренного периода.

Вопрос выбора оператора сотовой связи сугубо индивидуален, так как каждый из нас предъявляет различные требования. Кто-то отдает приоритет быстрому интернету, кто-то желает видеть в своем тарифе большое количество минут. При этом зачастую решающим становится ценовой фактор. Равным по значению фактором является платежеспособность абонента. Студентам нужна сотовая связь с небольшой абонентской платой и с большим интернет-пакетом.

Для того, чтобы подобрать четкие критерии, по которым следует выбирать тариф и мобильного оператора, следует определить потребности студентов в коммуникации через сеть Интернет, SMS-сообщения и звонки. Большой объем трафика, небольшая абонентская плата и большой объем дополнительных услуг, в которых нуждаются студенты – главные факторы, учитывая которые потребитель услуги отдает предпочтение тому или иному тарифу.

С приходом в образовательную сферу новых цифровых технологий стало доступно и популярно использование и совмещение с работой и различными видами деятельности таких платформ, как Zoom, Skype, Virtual room, Mirapolis. То есть можно присутствовать на лекции, находясь в дороге, в другом городе, в кафе. Также можно делать презентацию в Google-формате в онлайн режиме.

В ходе данного исследования был проведен социологический опрос в Google-форме, состоящий из 16 вопросов (рис. 1). В опросе приняло участие 47 человек.



Рисунок 1 – Социологический опрос «Ваш сотовый оператор»

31,9 % опрошенных пользуются услугами Теле2, 21,3% – МТС, 19,1% – Мегафон, 14,9% – YOTA, 10,6% – Билайн, 2,2% – другое (см. рис. 2)

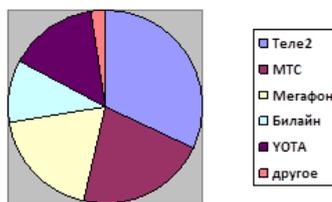


Рисунок 2 – Диаграмма «Распределение количества абонентов различных операторов на российском рынке»

Были получены следующие результаты: у 29,8% опрошенных количество SMS и минут на звонки в тарифе не ограничено; 71,8% студентов ответили, что имеют возможность звонить внутри сети

безлимитно; безлимитный Интернет имеют 59,8% опрошенных; стоимость тарифа варьируется от 160 до 650 рублей.

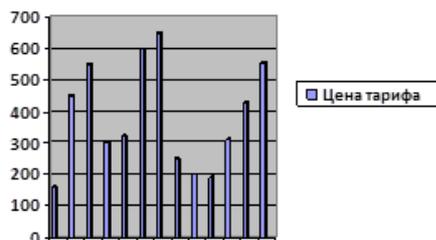


Рисунок 3 – Диаграмма, отражающая ценовое обеспечение услуг сотового оператора

56% опрошенных пользуются тарифом не прерывно на протяжении 3 лет. Существуют следующие дополнительные услуги: бесплатное подключение одного номера, безлимитная раздача Интернета, возможность самостоятельно изменять количество минут и гигабайт Интернета, безлимитное использование социальных сетей. В количестве 59,6% опрошенные, которые пользуются услугами одного и того же оператора на протяжении трех и более лет, не намерены в будущем его менять. В то время как остальные еще только ищут подходящие для них условия связи.

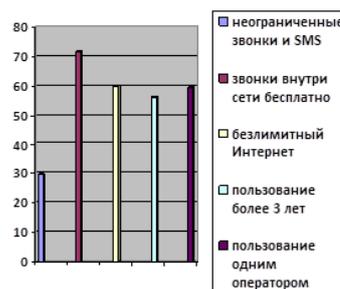


Рисунок 4 – Диаграмма, отражающая полученные данные после проведения опроса

Приоритетными характеристиками при выборе сотового оператора являются размер абонентской платы (рис. 3), стабильность работы сети и наличие безлимитных тарифов.

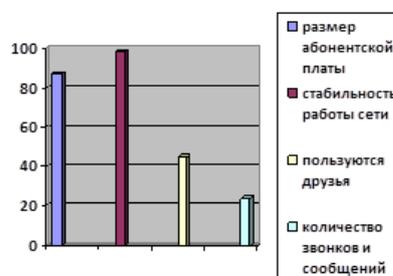


Рисунок 5 – Диаграмма, отражающая приоритетные характеристики при выборе сотового оператора

Причиной, по которой студенты пользуются определенным оператором, является стабильное повсеместное качество связи (рис. 5).



В ходе исследования услуг операторов сотовой связи были выявлены тарифы, удовлетворяющие потребности в коммуникации лиц, обучающихся в заведениях высшего и среднего образования. Из полученных результатов можно сделать вывод о том, что наиболее выгодным сотовым оператором для студентов является Теле2. Данный оператор привлекает клиентов выгодными условиями обслуживания и лояльностью. Результаты Росстата оценивают оператора Теле2 как наиболее подходящего для молодежной группы населения, что полностью подтверждает наши выводы [3]. Наиболее подходящие тарифы для студентов – Мой онлайн+ и Мой онлайн, так как именно они в полной мере отвечают потребностям студентов и удовлетворяют их. Более того, соотношение «цена – качества» именно в этих тарифах отвечают требованиям студентов. Стабильность работы сети, размер абонентской платы, наличие безлимитных тарифов и высокая скорость интернета являются наиболее важными критериями при выборе оператора на сегодняшний день.

#### **Список использованных источников:**

1. Газета "Известие". Date Views 27.04.2021 [iz.ru/768620/tatiana-gladysheva-inna-grigoreva/trafik-poshel-v-rost-rossiiane-platiat-bolshe-za-sviaz](http://iz.ru/768620/tatiana-gladysheva-inna-grigoreva/trafik-poshel-v-rost-rossiiane-platiat-bolshe-za-sviaz).
2. Аналитика. Date Views 28.04.2021 [www.protarif.info/news/new?id=3991](http://www.protarif.info/news/new?id=3991).
3. Росстат. Date Views 28.04.2021 [rosstat.gov.ru/folder/14478?print=1](http://rosstat.gov.ru/folder/14478?print=1).
4. Фомина Т. А. Анализ рынка операторов сотовой связи Молодой ученый. – 2014. – №18. – С. 466-468.

© Петрова М.Д., Вейсерт С.В., Таруга С.В., 2021

УДК 338.33

## **КОНСАЛТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ КОФЕЙНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ**

Саидова М.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Кофейная индустрия является стабильным бизнесом во многих странах. Кофейный бизнес, как и любой другой напрямую зависит с экономикой страны. International Coffee Organization – международная организация, которая объединяет экспортирующие и импортирующие кофе страны. Страны-члены ICO представляют 98% мирового производства и 83% мирового потребления кофе.

На данный момент, кофе выращивают в семидесяти странах, но основной является Бразилия, которая производит 3,2 млн. тонн в год. Следующей четверкой является – Вьетнам – 1,7 млн. тонн, Колумбия – 840



тысяч тонн, Индонезия – 720 тысяч тонн и Эфиопия – 420 тысяч тонн. В течение года, производится 9,4 млн. тонн зерен, что представляют из себя 20 млрд. долларов.

70% мирового зерна уходит на пищевую промышленность, а остальная часть используется на фармацевтику и индустрию красоты. В косметологии кофейные зерна используют для приготовления скрабов, бальзамов, помады, кремов и лосьонов разного рода. Потребность в использовании кофе растет ежегодно.

Что касается потребления кофе человеком, то страной лидером является Финляндия, которая покупает 9,6 кг кофе в год, у России показатель намного ниже – 1,2 кг. Российский кофейный рынок активно меняется. В основном, в Россию ввозят зеленое зерно, которое обрабатывается уже внутри страны, а далее превращается в зерновой, молотый или растворимый кофе. Наша страна дважды становилась чемпионом по обжарке кофейных зерен. Наиболее популярным сортом кофе является арабика, он занимает 70% мирового производства.

Несмотря на то, что основная доля плантаций приходится на Бразилию, в Россию кофе больше возят из Вьетнама. На рис. 1 представлен график, в котором наблюдаются изменения импорта кофе в Россию с 1994 года.



Рисунок 1 – График роста импорта кофе в Россию

Российское население потихоньку переходит от растворимого кофе к зерновому. Одним нравится кофе на вынос, потому что это быстро и удобно, другие предпочитают приготовление кофе дома, а третьи все еще выбирают самый простой для них способ – растворимый кофе.

Кофейни стали все больше обретать популярность в России. Людям нравится выбирать наиболее предпочтительный напиток из большого ассортимента, подбирать к нему десерт, изучать новые вкусы. Помимо всего, сегодня большинство кофеен готовы предложить потребителям широкий спектр видов молока, сиропов, добавок. Любители приготовить кофе дома делятся на несколько типов. В этом случае главное – купить хорошее зерно. Первый вид предпочитает приготовление кофе в турке, второй же использовать капельные кофейные машины, а третий – вовсе использование капсульных машин.

С точки зрения экономики, рост популярности кофеен разделяют на три периода. Первая волна – это кофейни, которые были запущены еще в



1998 году, такие как «Шоколадница» или «Кофе-Хаус». Благодаря им, люди начали употреблять кофе вне дома, и испробовали новый вид приготовления напитка. Вторая волна – это открытие сетей кофеен по типу «Старбакса», где можно было взять кофе с собой. Третья волна началась совсем недавно, когда люди начали разбираться в кофе, научились выбирать зерно. А заведения стали совершенствовать технику обжарки и приготовления кофе. Люди стали понимать что такое «спешелти» зерно. На сегодняшний день одними из популярных кофеен являются «Даблби», «Кофемания», «Правда кофе». Также профессиональные обжарщики стали открывать свои авторские небольшие кофейни, где готовят вкусный и качественный кофе. На рис. 2 мы можем рассмотреть рост числа кофеен в течение двух лет.

Сколько кофеен было в городах-миллионниках в 2018 и 2020 году

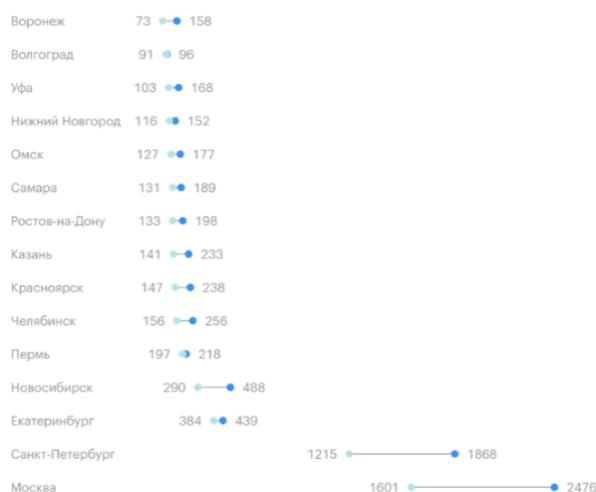


Рисунок 2 – Количество кофеен в городах-миллионниках в 2018-2020 гг.

Мы можем сделать вывод, что кофейная индустрия активно развивается, люди на пути изучения приготовления кофе, потребители все больше разбираются в кофе и хотят употреблять качественный напиток. Сколько же на самом деле существует видов кофе? Наиболее популярным напитком является эспрессо, далее по списку идут капучино, американо, латте, фраппе, кофе с молоком, кофе со льдом, кофе по-ирландски, кофе по-турецки и Юаньян. Популярность употребляемого напитка в основном зависит от страны, потому что кофе в каждой стране готовят по-разному и предпочтения у всех совершенно разные.

Подводя итоги, можно сказать, что индустрия кофе – это другой новый мир, который еще на пути развития для каждого, как для производителя, так и для потребителя. В современном мире, производитель может найти себе разные пути развития в сфере кофе, есть множество курсов, сертификаций и обучений для расширения кофейных знаний. Так же и потребитель, может выбрать себе любой напиток, в зависимости от своих вкусовых предпочтений. Все кто связан с кофе, находятся на этапе развития и продвижения эффективности работы.



### Список использованных источников:

1. Развитие кофейной индустрии. <https://markcoff.com/staii-o-kofe/28-rynok-kofe-sboi-v-sisteme>
2. Сколько кофе пьют россияне <https://journal.tinkoff.ru/coffee-stat/>  
Coffee Quality Institute <https://www.coffeeinstitute.org/>
3. Мишаков В.Ю., Кирсанова Е.А. Особенности выбора целевого сегмента на рынке инновационных товаров и услуг. Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2019. № 3 (381). С. 32-36.
4. Лобачев В.О., Мишаков В.Ю. Анализ актуальности внедрения в коммерческую организацию экспертно-консультационных услуг. Лобачев В.О., Мишаков В.Ю. В сборнике: Всероссийская научная конференция молодых исследователей "Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития" (Вектор-2019). Сборник материалов. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство). 2019. С. 232-235.
5. Кондраков О.В., Мишаков В.Ю., Кондраков И.В. Оценка потенциала для устойчивого развития промышленного комплекса регионов. Дизайн и технологии. 2019. № 71 (113). С. 107-112.

© Саидова М.С., 2021

УДК 339.138

## РОЛЬ БРЕНДА В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Семенова А.А.

Научный руководитель Дружинина И.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Сегодня брендинг считается распространенным и эффективным инструментом для достижения успеха в конкурентной среде рынка индустрии моды. Бренд сочетает фирменное название и товарный знак, которые ассоциируются с определенным дизайном и качеством изготовления. Сущность бренда содержит сложный комплекс, создание которого требует значительных средств и длительного времени [1].

Исторически становлению и развитию понятия «бренд» способствует индустрия моды. В ней покупателю всегда предлагается не просто конкретное и функциональное по своей сути изделие, а высококачественный товар в сочетании с впечатляющей нематериальной оболочкой, демонстрирующей качества изделия, которые выделяют его из общего ряда аналогичных товаров [1, с 1]. Автор книги «Дизайнерские





бренды в фэшн-бизнесе» А.Н. Андреева считает сферу fashion наиболее динамичной и перспективной с точки зрения брендинга, определяя ее как «совокупность творческой, экономической и управленческой деятельности, целью которого является дизайн, производство, маркетинг и продажа fashion-продукта» [2, с. 80].

В модной индустрии у каждого бренда существует собственная аудитория клиентов и лояльных потребителей, поэтому мода – это сочетание индивидуальностей тех, кто выбирает и приобретает продукцию модной индустрии. Именно в fashion-индустрии созданы самые сильные бренды, благодаря которым имена кутюрье и названия фирм считаются символами эпохи, демонстрирующими уникальный взгляд на моду [1].

В модной индустрии особенно важна сила бренда, его узнаваемость и долговременный коммерческий успех. Отличаясь высоко конкурентными условиями, модный рынок формирует сильные бренды, которые оказывают значительное влияние на потребителей. В связи с этим формирование и продвижение бренда в fashion-индустрии представляется очень важным и ответственным мероприятием в реализации стратегии конкурентоспособности компаний.

Благодаря известности бренда, покупатель узнает модный товар, получает информацию о производителе, продавце, качестве. С его помощью потребителям легко узнавать товар по прежним покупкам, совершать последующие, рекомендовать его другим покупателям. Помимо утилитарных свойств, бренд способен на большее – он может давать постоянные рекомендации покупателям [1, с. 2].

Успешность бренда в модной индустрии определяется не только частотой повторных покупок. Лояльные покупатели бренда во многом создают его репутацию, способствуют его признанию и узнаваемости.

Формированию сильного бренда способствует его история или легенда бренда. Это демонстрирует последователям бренда ценность и значимость приобретаемого товара, правильный выбор, сопутствующие выгоды, уместность и престижность покупки, уверенность и удовлетворение от обладания купленным модным товаром. Значительная часть репутации также заключена в фирменном названии, создающем узнаваемость бренда [1, с. 3]

На сегодняшний день успешные модные бренды не ограничиваются простой цепочкой – создать качественный товар, установить на него правильную цену, сбыть его своим целевым потребителям. Бренд является, в том числе, важнейшим нематериальным активом, поэтому для увеличения объема продаж необходимо донести до сознания потребителей те выгоды, которые они получают от приобретения [3]. В общем виде продвижение бренда – это любая форма сообщений, используемых для информирования, убеждения или напоминания людям о своих товарах, услугах, образах,





идеях, общественной деятельности и их влияния на общество [3, с. 25]. В технологиях продвижения фэшн-брендов на современном российском рынке, участвуют традиционные медиа: телевидение, наружная реклама, печатные издания. Также немаловажным инструментом продвижения являются социальные сети и сервисы, которые получили название digital-технологий [3, с. 34].

Вместе с тем, в модной индустрии у брендов существуют некоторые особенности, которые необходимо учитывать. Мотивы приобретения товаров и развития лояльности клиентов различны. Зачастую они носят эмоциональный характер, или являются социальными.

При анализе мотивов важно понять, какие эмоции человек испытывает при покупке и использовании товара [1, с. 4]. Визуальный образ и реклама бренда должны содержать побуждение потребителя к определенным чувствам, эмоциям. Во многом справиться с этой задачей помогает легендирование бренда. Оно также позволяет не только удержать клиентов, но и привлечь новых, добиться их лояльности. Приобретение модных товаров известными лицами, так называемыми инфлюенсерами, также помогает формировать имидж бренда, создавать эмоциональную привязанность [1]. Причиной приобретения одежды и аксессуаров являются модные тенденции, которые часто отражают события, проходящие в социуме. При этом тенденции носят глобальный характер [1, с. 4].

Понятие моды не имеет однозначной трактовки, и является многогранным явлением. Чтобы максимально отразить сущность моды, исследователи рассматривают это понятие через призму социокультурных, искусствоведческих и иных факторов [5].

Наглядно рассмотреть взаимосвязь моды с различными аспектами жизнедеятельности людей представляется возможным на рис. 1.



Рисунок 1 – Толкование понятия «мода» через призму жизнедеятельности человека [5]

Другой особенностью брендов в модной индустрии является их структура. На сегодняшний день существует подробная классификация брендов модной индустрии [2, с. 96]: дизайнерские (самые дорогие, относятся к категории роскоши), бридж-бренды (включают торговые марки розничного продавца – Benetton, Zara, Mango и др.), умеренные (состоят из частных и локальных марок, например OGGI) и массовый рынок, который не имеет брендов вообще [4].



Важно, что бренды разного класса предполагают различные способы продвижения, характерные именно для своей целевой аудитории. Однако множественные примеры сильных брендов мы можем обнаружить как среди дизайнерских, так и среди бридж-брендов.

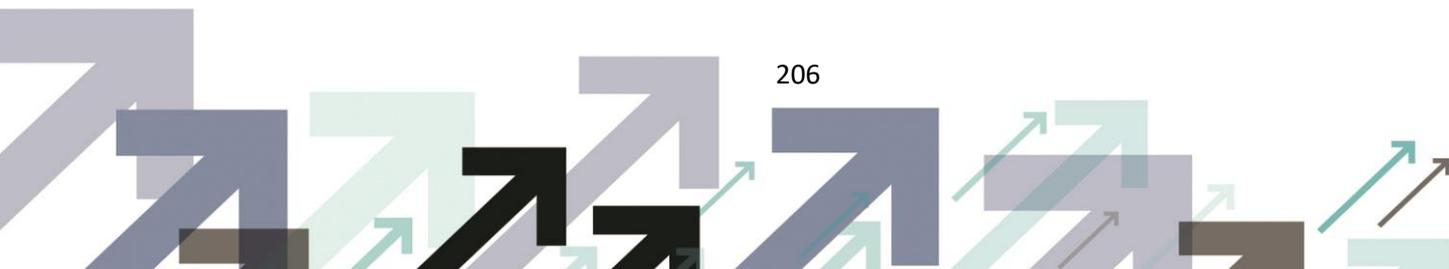
Например, бренд Диор обладает своей легендой, запоминающимся именем и ассоциируется у своих потребителей с «новым образом», женственностью, свежестью и современностью. Бренд коммуницирует со своей целевой аудиторией через социальные сети, на сезонных показах [4]. Запоминающийся логотип, легенда, актуальность коллекций, и высокое качество сформировали бренд Диор не просто как торговую марку, а как сильный люксовый бренд, который сумел обеспечить себе лояльность со стороны потребителей.

Также рассмотрим бридж-бренд спортивной одежды Adidas. Свои магазины компания использует как площадку для автограф-сессий популярных музыкантов, как площадку для различных фестивалей. Этот бренд регулярно представляется на фестивале Faces&Laces и принимает активное участие в праздновании дня города в Москве. Анонсы мероприятий и фотоотчёты публикуются в социальных сетях [3, с. 31]. Успех бренда Adidas связан с его историей, современным дизайном, коллаборацией с инфлюенсерами.

Таким образом, специфика брендинга в индустрии моды и успех ведущих брендов зависит от успешного позиционирования брендов, а их долговременный успех определяется лояльностью целевой аудитории. Сильные бренды обладают историей, что позволяет потребителю выбирать их не только из-за актуальных моделей, но и из-за эмоциональной привязанности к бренду. Также бренды должны четко позиционироваться с учетом принятой классификации брендов. Это позволит им правильно построить коммуникацию со своей целевой аудиторией. Преимущество креативных директоров модных домов, позволяющее, используя вышеперечисленные способы, создавать и увеличивать силу брендов, удерживать лояльность своих клиентов на протяжении многих лет и сохранять коммерческий успех. Однако следует учитывать изменчивость и чрезвычайную динамичность индустрии моды, зависящей от социальных, культурных, экономических факторов [4, с. 8].

#### **Список использованных источников:**

1. Аленинская О.А., Щербакова Е.Н. Брендинг в индустрии моды: IV Международная студенческая научная конференция/О.А. Аленинская,Е.Н. Щербакова.- Тамбов, Тамбовский государственный университет им.Г.Р. Державина, 2012. – 7с.
2. Андреева А.Н. Дизайнерские бренды в фэшн-бизнесе / А.Н. Андреева.- СПб.,Высшая школа менеджмента, 2008. – 256 с.





3. Ноздренко Е.А., Федурин Н.А. Маркетинговые стратегии модных брендов в условиях кризисного рынка / Е.А. Ноздренко, Н.А.Федурин. - Красноярск, Сибирский федеральный университет, 2016. – 96с.

4. Фоминичева А.А. Маркетинг в индустрии моды: возможности и тенденции его развития / А.А. Фоминичева.- Ростов Н/Д, Практический маркетинг, 2012. №8. – 6 с.

5. Конюхова Е.Е., Кузнецова Е.А. Особенности позиционирования брендов в индустрии моды / Е.Е. Конюхова, Е.А.Кузнецова. –Москва, Вестник РУДН. Серия: Экономика, 2016. – 10с.

© Семенова А.А., 2021

УДК 330.3

## КОНКУРЕНТНОЕ РАЗВИТИЕ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Чупина С.А., Иваненко С.М., Семенова А.В.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический  
университет Петра Великого», Санкт-Петербург*

Статья посвящена исследованию влияния инновационных факторов на конкурентоспособность строительных организаций. Отмечена роль инновационных факторов. Представлены группы инноваций, оказывающих влияние на конкурентоспособность строительных организаций. Указаны основные эффекты от внедрения инноваций в строительной деятельности.

В современном мире повысить конкурентоспособность возможно благодаря широкому разнообразию путей, например, путем внедрения инновационных процессов. Строительная сфера наиболее невосприимчива к инновационным технологиям и продуктам. Однако, на стадии экономического роста, а именно в период роста спроса на жилье, строительным компаниям наиболее важны инновации [1, 2]. Для того, чтобы у строительных организаций повышалась производительность и, организация была в силах преодолеть сложные проектные задачи, требующие новаторского подхода, необходимо иметь качественные технологии и инновационные решения. Вопреки этому, российские и иностранные строительные организации не торопятся внедрять разные виды инноваций, в то время как другие виды деятельности кардинально преобразовывают свои процессы.

Организации, занимающиеся строительным видом деятельности, по интенсивности применения цифровых технологий находятся на предпоследнем месте, что подтверждает отстающее положение [3]. Консалтинговая компания Strategy Partners в ходе межотраслевого исследования выявила, что у более 40% организаций бизнес-процессы не





автоматизированы, у них отсутствует ясное стратегическое представление о реализации цифровой трансформации.

Среди анализируемых организаций инвестирование в цифровизацию не отличалось весомыми размерами, у 71% организаций общее количество не превышало 5%, также у 66,7% компаний не предусмотрено специализированных компетентных отделов, занимающихся продвижением цифровой трансформации. Стоимость индивидуальных решений при высоких рисках неполучения эффекта, то есть пониженное доверие к предлагаемым решениям, является определяющим фактором, замедляющим цифровую трансформацию в строительном виде деятельности [4].

Происхождение термина «инновация» берет свое начало от латинского *novatio* («обновление/изменение»), что означает – «введение нового». Инновация – это не только новая идея, но и ее практическое воплощение. Инновации означают внедрение современных идей, отвечающих потребностям организаций в улучшении производства и, следовательно, их конкурентоспособности [5]. Начало инновационной деятельности организаций в первую очередь связана с поиском новых источников и форм инвестирования. Инновации должны создавать баланс между затратами на исследования, разработки и финансовым потенциалом экономических систем. Понятие инновационной деятельности непосредственно имеет связь с понятием инновационного процесса. Инновационная деятельность берет свое начало с того момента, когда принимается реализация уже созданного, готового итога интеллектуальной деятельности, таким образом, она определяется наиболее узко.

Достижение успеха инновационной деятельности во многом зависит от способов ее организации и методов финансового обеспечения. К источникам инвестиций в инновационную деятельность может относиться государство, финансово-промышленные группы, организации, органы местного самоуправления, инвестиционные и инновационные фонды, частные лица. Каждый из них принимает участие в экономическом процессе и, тем или другим способом, содействуют развитию инноваций. Наличие финансовых ресурсов – один из важнейших макроэкономических факторов в строительной деятельности [6]. Собственные (более 40-50% с 2010 по 2019 гг.) и бюджетные (15-20%) средства являются значительным источником финансирования инвестиций в основной капитал. Что служит существенным препятствием для совершенствования вида деятельности «строительство».

Основополагающую роль в инновационном процессе занимают фундаментальные исследования. Они являются первым и самым важным этапом. Без них дальнейшего движения в науке к инновациям не происходит. Фундаментальные исследования проводятся в основном за счет государства, потому что, как правило, коммерчески они не выгодны,





занимают длительный период и могут привести к отрицательному результату.

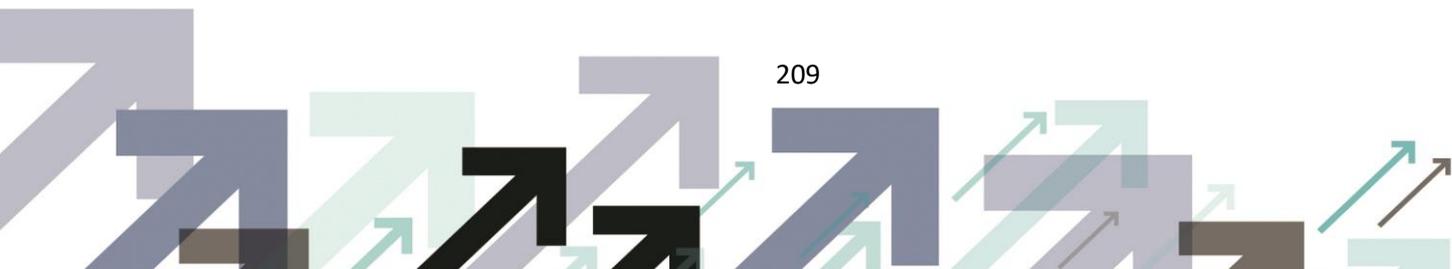
Кроме того, на данный момент действует Стратегия инновационного развития строительной отрасли в Российской Федерации на период до 2030 года. При анализе Стратегии можно сформулировать следующие выводы: жилищное строительство остается ведущим направлением в развитии строительной деятельности; в строительной сфере наблюдается нехватка специалистов как младших, так и средних звеньев; наличие чрезмерного регулирования сферы деятельности, что приводит к противоречиям в нормативно-правовых актах; недостаточно внимания уделяется техническим регламентам в малоэтажном строительстве; налицо недоиспользование института саморегулирования.

Конкурентоспособность – это фундаментальная категория, которая является движущей силой развития экономики. Каждая строительная организация стремится повысить свою конкурентоспособность, то есть способность опережать конкурентов, используя свои преимущества в достижении поставленных целей.

Конкурентные преимущества отражаются в управлении ресурсами и компетенциями для создания условий, в которых организация может поддерживать устойчивое положение. С точки зрения автора работы [7] «конкурентоспособность – это процесс управления конкурентными преимуществами организации для удержания своих позиций на рынке при любых изменениях внутренней и внешней среды». Для эффективного управления конкурентными преимуществами в условиях ограниченных ресурсов и растущих потребностей общества необходим анализ текущей ситуации на рынке строительных услуг и прогнозирование уровня конкурентоспособности. Для этого требуется изучение факторов, влияющих на эффективность деятельности строительных организаций.

К внешним факторам, способным влиять на конкурентоспособность строительных организаций, относится конъюнктура рынка, т.е. сложившиеся рыночные обстоятельства, такие как: уровень спроса на строительную продукцию, наличие человеческих ресурсов на рынке труда, научно-технический прогресс, налоговая политика, государственное регулирование, уровень инфляции, колебания валютного курса, природно-климатические условия и др.

К факторам внутренней среды организации относят ассортимент, себестоимость и цену продукции, машины и оборудование, технологии и организацию производства, человеческий капитал, управленческие решения и др. От качества ресурсов и компетенций строительной организации зависит скорость реакции на изменение факторов внешней среды.





Факторы, определяющие конкурентные преимущества строительной организации, многочисленны и разнообразны. Потребительский выбор в пользу той или иной организации зависит от ключевых параметров строительной продукции: цены и качества. Поскольку XXI век – век знаний и инновационных разработок, то обеспечить лучшее качество или наименьшую цену при равных условиях для производства возможно с помощью инноваций. Следовательно, особое место среди факторов, влияющих на конкурентоспособность организации, занимают инновационные факторы.

Инновационные факторы – это совокупность факторов, оказывающих существенное влияние на совершенствование производственных процессов, применяемых на базе внедрения новых поколений высокопроизводительной техники, технологий, материалов, прогрессивных форм организации труда, подготовки специалистов с целью повышения эффективности деятельности строительной организации. По мнению авторов [8, 9] конкурентные преимущества базируются на основе инновационности субъекта предпринимательской деятельности. Внедрение инноваций позволяет строительным организациям производить уникальный товар высокого качества с помощью новых возможностей для производства.

Актуальность выбранной темы обоснована необходимостью адаптации строительных организаций к изменениям внутренней и внешней среды, что подтверждается промышленными революциями. Первыми повысили свою конкурентоспособность организации, которые использовали энергию воды, затем – энергию пара. Производительность труда в таких организациях возросла – они становились более конкурентоспособными и выпускали больше продукции. Вторая промышленная революция основана на электричестве, которое изменило производство за счет электродвигателей. Появление нефти, как источника энергии, нефтехимии как источника новых материалов также способствовало развитию инновационной деятельности. В период третьей промышленной революции появились компьютеры, цифровые технологии, Интернет, что благоприятно отразилось на конкурентоспособности организаций, первых начавших их применение. Четвертая революция находится на начальной стадии и характеризуется цифровой экономикой. В основе данных изменений лежат научные исследования, результаты которых направлены на повышение конкурентоспособности организаций [10].

Инновации сохраняют свой потенциал благодаря способности обеспечить конкурентоспособность в будущем. Инновации являются двигателем научно-технического и социально-экономического прогресса, именно поэтому в современных условиях для любой строительной



организации важно повышение собственной конкурентоспособности на инновационной основе.

На основании мнений авторов [11, 12] сгруппированы факторы, влияющие на процессы формирования потребностей строительных организаций в инновациях (табл. 1). В исследовании [13] представлены группы инноваций, оказывающих влияние на конкурентоспособность строительных организаций, с помощью которых можно удовлетворить потребности в инновациях, представленных в табл. 1. К ним относятся: создание и использование инновационных материалов; применение уникальных экотехнологий; повышение энергоэффективности; оптимизация строительных процессов; организованные инновации и др.

Таблица 1 – Факторы потребности в инновациях

Фактор	Источник фактора
Технический	Устаревшие средства механизации; сбой строительной техники
Технологический	Выбор технологии строительного производства в зависимости от сложности возведения объекта; инновационные технологии позволяют снизить себестоимость строительной продукции;
Управленческий	Динамизм управления, связанный с изменением конъюнктуры рынка
Организационный	Увеличение трудозатрат на исправление бракованной продукции; нарушение требований к качеству строительной продукции
Социальный	Сокращение объемов монотонного, вредного и тяжелого труда
Экономический	Стоимость строительства; система экономического стимулирования;
Временной	Сокращение сроков строительства
Климатический	Изменение природных условий при выполнении строительных работ
Экологический	Способность организаций оставаться прибыльными при минимизации негативного воздействия своей деятельности на окружающую среду
Географический	Географический район строительства

Основные результаты от использования инноваций в деятельности строительных организаций представлены на рис. 1.



Рисунок 1 – Основные эффекты инноваций по оценке организаций [14]

Отмеченные на рис. 1 эффекты от инноваций, на наш взгляд, следует дополнить таким результатом от инновационной деятельности как обеспечение соответствия современным техническим регламентам, правилам и стандартам.

Таким образом, для того чтобы занимать лидирующие позиции на рынке строительных услуг, а также обеспечивать динамичное развитие своей деятельности в будущем, строительным организациям необходимо учитывать инновационные факторы в своей деятельности. От способности строительных организаций к созданию знаний и инноваций в значительной мере зависит их конкурентоспособность. Уровень развития инновационной



сферы – науки, новых технологий, организаций, активно внедряющих нововведения, обеспечивают основу устойчивого экономического роста.

#### **Список использованных источников:**

1. Бузырев В.В. Управление инвестиционной деятельностью в регионе. Учебное пособие. СПб.: СПбГИЭУ, 2006. 91 с.

2. Песоцкая Е.В. Развитие методологических основ предпринимательской деятельности как эффективного инструмента решения социально-экономических проблем регионов // Региональная экономика: технологии, экономика, экология и инфраструктура: сб. мат. Межд. науч.-практ. конф. – Кызыл: ТуВИКОПР СО РАН, 2019. – С. 205.

3. Цифровая трансформация в России – 2020. URL: [https://komanda-a.pro/projects/dtr\\_2020](https://komanda-a.pro/projects/dtr_2020) (дата обращения: 12.05.2021)

4. Индикаторы инновационной деятельности: 2020. Статистический сборник – М.: НИУ ВШЭ, 2020.

5. Напалкова К.С. Методы оценки конкурентоспособности строительной организации // Вопросы экономических наук. 2017. № 1 (83).

6. Егорова М.А. Управление инвестициями. Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУТ, 2012. 90 с.

7. Селютина Л.Г. Конкурентные процессы в современном строительстве // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2013. № 1 (60). С.101-106.

8. Малеева Т.В. Современные аспекты управления инновационно-инвестиционной деятельностью предприятий строительного комплекса // Теория и практика общественного развития. 2015. № 4. С. 47-49.

9. Песоцкая Е.В. Теоретические и методические основы оценки эффективности функционирования объектов // Наука, образование, культура: Сб. статей. Комрат: Изд-во КГУ, 2020. – С. 227-232

10. Малеева Т.В. Современные аспекты учета рисков инновационно-инвестиционных процессов в строительстве // KANT. № 1. 2018. С. 219.

11. Песоцкая Е.В. Роль активных стратегий в ориентации строительных предприятий на инновационную модель развития // Профессиональное образование, наука и инновации в XXI веке. Сборник трудов XII Санкт-Петербургского конгресса. СПб.: ПГУПС, 2018. С. 191.

12. Васильев А.Н. Совершенствование организации управления инвестиционными процессами инновационной деятельности предприятий строительного комплекса // Управление инвестициями и инновациями. 2007. № 1(1). С. 46-55.

13. Селютина Л.Г. Факторы и условия, оказывающие влияние на развитие инновационной активности предприятий в России // Социально-экономическое и правовое управление как фактор устойчивого развития бизнеса и образования в будущем: сб. научных трудов Всерос. научно-практ. конф. Саранск: МГУ им. Н.П. Огарева. 2018. С. 344-349.





14. Мартынов В.Ф. Формирование системы организации инвестирования инновационных процессов в строительстве // Проблемы современной экономики. 2015. № 3. С.261-264.

© Чупина С.А., Иваненко С.М., Семенова А.В., 2021

УДК 332

## РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

Сучкова Е.С., Нефедова Л.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Малый бизнес – это неотъемлемая часть экономики, так как благодаря ей растет конкуренция, уменьшается безработица, появляются новые товары и услуги. Налоговые поступления от малого бизнеса имеют значительный удельный вес в структуре доходной части бюджета любой страны. Малые предприятия намного гибче и устойчивее к кризисным ситуациям, быстрее перестраиваются и начинают работать иначе во время экономического спада, чем крупное предпринимательство. В таких условиях развитие сферы малого бизнеса и частного предпринимательства в легкой промышленности становится приоритетной задачей, направленной на подъём отрасли [1].

Малый бизнес – это предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения [1]. В настоящее время в легкой промышленности основное число предприятий – это средние, малые и микропредприятия. Малое предприятие – это не просто уменьшенная копия большого. Характерными особенностями его считаются: относительно небольшая доля рынка их продукции; управление собственником или партнерами-собственниками лично, а не через формальную структуру; ограниченный доступ к рынку финансовых ресурсов. Численность работников на малых предприятиях не может превышать 100 человек, годовая выручка не должна быть выше 800 тыс. руб. Именно такой бизнес, чаще всего, идет на различные риски, прокладывая новый неизведанный путь в тех сферах, которые не были задействованы.

Существует рейтинг стран, в которых созданы наиболее благоприятные условия для малого бизнеса и первое место в нем занимает США. Именно в данной стране каждая третья семья имеет отношение к малому бизнесу, более 40% ВВП приходится на малый бизнес [3]. На втором месте находится Германия. Более тысячи предприятий малого бизнеса этой





страны являются лидерами мирового экспорта, также благодаря ему большая половина населения обеспечена рабочими местами.

Положение России в этой сфере намного хуже. Одной из проблем развития предпринимательства являются низкие темпы роста количества малых и частных предприятий в промышленности. Это особенно важно для субъектов хозяйствования, функционирующих в легкой промышленности [1].

Средний срок существования предприятий малого бизнеса всего лишь 3-5 лет, но не многие предприятия выживают на рынке труда и такой срок. По статистике в России за 5 лет количество предприятий малого бизнеса увеличилось в среднем на 4%. Число закрывшихся хозяйствующих субъектов увеличилось на 11% [4]. Исследования бизнес-инкубаторов выявили основную причину принятия решения о прекращении деятельности: высокие цены на сырье, сложное и часто меняющееся законодательство, не стабильный курс рубля, высокие кредитные ставки в банках, высокие налоги, большие взносы в ПФР, санкции со стороны других стран, кризис которой снизил спрос на услуги и товары [2].

Малый бизнес в легкой промышленности в России сталкивается с множеством проблем. Основной является техническая и технологическая отсталость отрасли, которая выражается в высокой материалоемкости, энергоемкости и трудоемкости производства, что впоследствии ведёт к излишним денежным вложениям. А высокий удельный вес импорта становится причиной усиления стратегической и товарной зависимости государства от зарубежных стран. Отсутствие в России цивилизованного рынка потребительских товаров выражается в обострении конкуренции на внутреннем рынке между российскими и зарубежными товаропроизводителями. Еще одной важной проблемой для малого бизнеса в легкой промышленности является социальная и кадровая проблема, проявляющаяся в дефиците высококвалифицированных специалистов, управленческих кадров, основных и вспомогательных рабочих [4].

Среди основных актуальных проблем предприятий малого бизнеса в легкой промышленности можно выделить следующие.

1. Неравные условия конкуренции с производителями из Китая, Турции и ряда других стран. А также отсутствие системы эффективного контроля на рынке за соблюдением законодательства в данной сфере ставит региональных производителей в наименее выгодные условия по сравнению со всеми другими участниками рынка.

2. Низкая производительность устаревшего оборудования, недостаток финансовых ресурсов для повышения технологического и технического уровня производства вследствие недоступности кредитных ресурсов для малого бизнеса.



3. Проблемы с сырьевым обеспечением производства, вызванные невысокой скоростью оборота средств, обусловленной необходимостью предоплаты сырья, с одной стороны, и оплаты продукции торговыми организациями по факту ее реализации, с другой. В результате длительность одного оборота составляет порядка 3-5 месяцев, против 30-45 дней на европейских фабриках.

4. Кадровая проблема: в отрасли достаточно низкий уровень заработной платы, соответственно возникает проблема с привлечением квалифицированной рабочей силы и дефицитом квалифицированных управленческих кадров.

5. Несоответствие ассортимента и качества продукции требованиям современного рынка, обусловленное недостаточно развитой системой ориентации на потребителя ввиду слабого развития маркетинга, неразвитой системой продвижения и сбыта.

6. Высокая доля материальных затрат в структуре затрат на производство (до 50% от себестоимости – затраты на сырье, материалы, покупные комплектующие и полуфабрикаты и 10-11% – затраты на энерго- и водоснабжение) негативно сказывается на себестоимости продукции, в результате продукция местных производителей оказывается неконкурентоспособной на рынке по ценовым показателям.

Для поддержки малого бизнеса разрабатывается ряд государственных программ. Так в федеральном законе от 24 июля 2007 года N 209 – ФЗ (ред. от 08.06.2020) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» были прописаны специальные условия, которые значительно улучшают ситуацию для малого бизнеса [3]. Было введено упрощенное введение бухгалтерского учета. Для предприятий малого бизнеса существует право заключать срочные трудовые договоры с любыми сотрудниками. Серьезную роль в поддержке малого бизнеса играет само государство. Оно предоставляет малому бизнесу возможность участвовать в качестве поставщика для размещения государственных и муниципальных заказов. Государство обеспечивает финансовой поддержкой, путем предоставления субсидий, бюджетных инвестиций, государственных и муниципальных гарантий по обязательствам. Предоставляется возможность получить имущественную поддержку, такую как передача во владение государственного и муниципального имущества: земельных участков, зданий, оборудования и тому подобное. Также, малый бизнес может получать выгодные госкредиты и платить за аренду городского имущества по льготным ставкам. Данный закон улучшает положение субъектов малого предпринимательства и стимулирует их развитие. Но в большей степени эти меры направлены на предприятия малого бизнеса, которые относятся к средним. А малые и микропредприятия, которые составляют основную





часть предприятий малого бизнеса в легкой промышленности не всегда соответствуют условиям, позволяющим получить поддержку государства.

На сегодняшний день легкой промышленности необходимы капиталовложения как в модернизацию производственных мощностей, так и в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР). Некоторые направления, например, производство детских товаров и пошив специальной и корпоративной одежды становятся инвестиционно-привлекательными, вследствие увеличения спроса потребителей и роста общего уровня доходов населения. Такие конкурентные преимущества, как производство изделий, приемлемых по качеству и цене позволяют малым предприятиям легкой промышленности получить в 2-3 раза больший объем прибыли от реализации готовой продукции и постоянно расширять рынки сбыта, используя свою гибкость, преимущества быстрой реакции на запросы рынка и транспортную доступность.

Осуществляется по следующим направлениям и финансовая поддержка субъектов малого предпринимательства: микрофинансирование; гранты; поручительство по кредитам; поручительство по банковской гарантии; поручительство по лизингу, предоставление льготных кредитов; субсидии на развитие бизнеса; госзаказы; налоговые льготы. (В соответствии с Федеральным законом 266-ФЗ от 31.07.2020 налоговые каникулы для ИП на УСН и ПСН продлены до конца 2023 года.)

При поддержке Министерства развития и торговли Российской Федерации, Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и Российского союза промышленников и предпринимателей регулярно проводятся отраслевые форумы, направленные на продвижение предприятий текстильной и легкой промышленности России, привлечение инвестиций, обмен опытом и усиление технологических связей [2].

На данном этапе для развития сектора малого предпринимательства в легкой промышленности характерны две тенденции: с одной стороны - постепенно увеличивается количество малых фирм и их обороты, а с другой стороны, объем инвестиций в основной капитал и численность наемных работников остается постоянной или незначительно снижается в последние годы.

Развитие малого бизнеса в легкой промышленности имеет ключевое значение особенно в условиях, когда уделяется повышенное внимание формированию нового промышленного потенциала отрасли, которая играет значительную роль в обеспечении экономической и стратегической безопасности страны.

#### **Список использованных источников:**

1. Бакиева, И. А. Развитие малого бизнеса и частного предпринимательства в легкой промышленности / И. А. Бакиева. – Текст :





непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 7 (87). – С. 344-346. – URL: <https://moluch.ru/archive/87/17069/> (дата обращения: 10.04.2021).

2. Кадацкая Д.В., Клепиков Ю.Н. Взаимодействие предпринимательских структур и высших учебных заведений: тенденции и перспективы развития. В сборнике: Актуальные проблемы экономического развития. Сбор докладов IX Международной научно-практической конференции. 2018. С. 219-224.

3. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ

4. Все о малом бизнесе, все для малого бизнеса. Роль малого бизнеса в экономике// – URL: <https://malbusiness.com/rol-malogo-biznesa-v-ekonomike/> (дата обращения 27.05.2014)

5. Общественный совет по развитию малого предпринимательства при губернаторе Санкт - Петербурга// – URL [http://osspb.ru/experts/otrasli\\_MB/legkaya\\_prom/](http://osspb.ru/experts/otrasli_MB/legkaya_prom/)

6. Развитие малого бизнеса в сфере текстильной промышленности// – URL: <https://novainfo.ru/article/5000>

© Сучкова Е.С., Нефедова Л.В., 2021

УДК 622

## ГОРНО-ОБОГАТИТЕЛЬНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В РОССИИ НА ПУТИ К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ.

Творилова Т.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Череповецкий государственный университет», Череповец*

Данная работа посвящена исследованию устойчивого развития горно-обогатительных предприятий в Российской Федерации. Рассматриваемая нами тема является актуальной так как добыча полезных ископаемых оказывает прямое влияние на состояние экономики страны [1]. Задачи исследования были выявлены следующие:

1. На основе теоретического анализа научно-практической литературы и документов, регламентирующих работу компаний, сделать анализ крупнейших российских горно-обогатительных предприятий.

2. Рассмотреть современные тренды в развитии горно-обогатительных предприятий в Российской Федерации.

В процессе работы мы применяли различные методы исследования: делали теоретический анализ научно-практической литературы и анализ документов. Использовались материалы Росстата, законодательных актов в области промышленной политики и недропользования, а также утвержденных отраслевых стратегий развития минерально-сырьевого комплекса. Систематизировались данные внутренних (локальных)





документов, соответствующие материалы СМИ и Интернета (сайты предприятий).

Устойчивое развитие компаний представляет собой деятельность в области инноваций по нескольким аспектам за определённый период времени. Предприятия контролируют и анализируют своё влияние на экологию, общественную сферу жизни общества, модернизируют или полностью меняют структуру и принципы корпоративного управления собственными процессами. Большое внимание уделяется цифровой трансформации, защите окружающей среды и вопросам создания благоприятной среды жизнедеятельности для работников предприятий. Таким образом, можно утверждать, что на предприятиях, с большой вероятностью применяется стратегия устойчивого развития, если их деятельность основана на данных процессах. На территории Российской Федерации, согласно справочнику «Металлургия. Металлопоставки. Россия» (электронная, ежедневно обновляемая версия), существует около 67 предприятий, осуществляющих добычу полезных ископаемых в горных массивах [2]. Данные предприятия занимаются добычей и переработкой твёрдых полезных ископаемых: руда, уголь, природный песок, галька, гравий и т.д. Наиболее крупными из них выделяют следующие организации: ОАО «Лебединский горно-обогатительный комбинат»; ОАО «Михайловский горно-обогатительный комбинат имени Андрея Владимировича Варичева»; АО «Стойленский горно-обогатительный комбинат»; АО «Карельский окатыш»; АО «Ковдорский горно-обогатительный комбинат». За последние несколько лет именно эти горно-обогатительные комбинаты (ГОК), благодаря благоприятной конъюнктуре рынка, повысили свой уровень развития и внесли положительный вклад в динамику внутреннего-валового продукта (ВВП) Российской Федерации (см. рис. 1) [3].

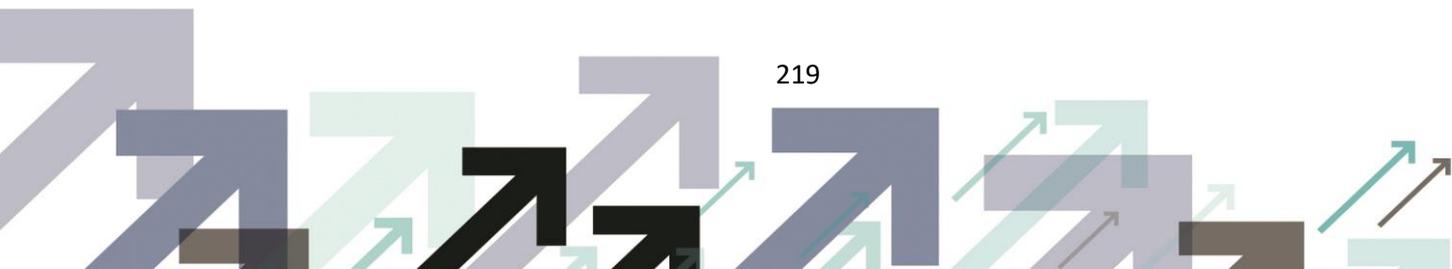


Рисунок 1 – Динамика ВВП

Аналитиками было зафиксировано увеличение показателей 2 кв. 2019 г. на 0,3% по сравнению с показателями 1 кв. 2019 г., что говорит о росте промышленного производства. Согласно данным компании ООО «ГидМаркет» на июль 2020 года было установлено, что общая выручка пяти крупнейших предприятий увеличилась в 2,2 раза по сравнению с 2019 годом и достигла размера равного 1096,48 миллиардов рублей [4]. Таким образом, на основе данного фактора, можно сделать вывод о том, что ГОК на территории Российской Федерации (РФ), стремятся развиваться, т.к. финансовые показатели увеличиваются, что говорит о росте производства и



продаж, улучшении качества выпускаемой продукции, грамотном использовании имеющихся у компаний ресурсов. Ещё одним фактором, который говорит об устойчивом развитии ГОК, и который прямо пропорционально связан с повышением качества и количества выпускаемой предприятиями продукции, является цифровая трансформация. В данной статье мы рассмотрим трансформационные процессы на примере Стойленского ГОК. В настоящее время на комбинате активно используются цифровые технологии при добыче руды, а данные для оценки объема вскрышных работ получают с беспилотников. В начале 2020 года внедрена интеллектуальная система управления процессом обогащения руды. Программно-аппаратный комплекс получает информацию с десятков датчиков, контролирует качество руды и на основе ранее собранных, а также текущих данных математическая модель позволяет определить правильный режим работы ключевого оборудования. Подбор правильной работы оборудования обеспечивает в свою очередь качество концентрата от которого зависят объёмы производства. Кроме того, дополнительно на предприятии применяются и другие цифровые процессы: анализ глубинного слоя руды, расчёт средневзвешенных размеров, поиск негабаритных кусков полезных ископаемых, поиск повреждённой ленты конвейеров [5]. Наряду с увеличением объёмов производства и повышения качества выпускаемой продукции цифровые технологии также помогают повысить степень безопасности горных работ. На предприятиях используются радары разработанные для мониторинга состояния откосов, уступов и бортов карьеров. Благодаря высокоточным измерениям, независимости от погодных условий, возможности быстрого получения и анализа данных о состоянии откосов в больших карьерах в настоящее время радарные установки позволяют работать с наибольшей эффективностью и безопасностью – мгновенный анализ смещения горных пород предупреждает о возможных обвалах. Кроме использования цифровых технологий, для безопасности работников, разрабатываются и другие программы. Например, крупный горно-обогатительный холдинг «Металлоинвест» (в горнорудный сегмент которого входят предприятия: «Лебединский горно-обогатительный комбинат» и «Михайловский горно-обогатительный комбинат имени Андрея Владимировича Варичева» [6]) принял политику открытости, согласно которой любая травма подлежит раскрытию и расследованию. Руководство убеждено, что открытость и тщательный анализ каждого случая помогут выстроить устойчивую систему предупреждения рисков и предотвращения инцидентов [7]. При рассмотрении статистических данных можно предположить, что осуществление подобной политики на предприятиях, а также несомненного повышения уровня заинтересованности руководителей компаний в





минимизации травматизма или смертельных исходов на предприятиях даёт свои результаты [8].



Рисунок 2 – Статистика производственных травм (получение травм или иных проблем со здоровьем)



Рисунок 3 – Статистика производственных травм (смертельный исход)

На основе данных статистики производственных травм за период с 2006-2019 гг. можно сделать вывод, что количество пострадавших при работе на производствах значительно снизилось. Число лиц, получивших травмы на производстве в результате несчастных случаев, снизилось на 67% (см. рис. 2). Количество смертельных исходов уменьшилось почти на 38% (см. рис. 3). Данные расчёты указывают на качественный подход к инновационному развитию промышленных производств в социальной сфере. Следующим фактором, позволяющим нам сказать об устойчивом развитии комбинатов является их деятельность в сфере экологии. Несомненно, сами организации понимают, что промышленность оказывает очень большое отрицательное влияние на окружающую среду и принимают меры для её защиты. На горно-обогатительных комбинатах разрабатывают и внедряют экологическую систему менеджмента совместно с системами менеджмента качества, безопасности труда и охраны здоровья. В соответствие с требованиями данного стандарта разрабатывается и утверждается единая политика в области качества, экологии, безопасности труда и охраны здоровья. На основе данной политики составляется программа мероприятий по снижению негативного воздействия предприятия на окружающую среду [9]. Наиболее эффективным в сфере экологизации среди ГОК считают «Михайловский горно-обогатительный комбинат». Очистные сооружения комбината являются одними из лучших в отрасли как по технической оснащённости и применяемым технологиям очистки, так и по качеству сбрасываемых сточных вод. На предприятии осуществляется сброс коллекторно-дренажных вод через отстойники, расположенные в подземно-дренажном комплексе и на дренажных канавах поверхностного стока используемых рек. Разработан и реализуется план мероприятий по максимальному сокращению объёмов сбрасываемых сточных вод и их дополнительной очистки [10].



Как мы видим, горно-обогатительные предприятия России успешно реализуют стратегии устойчивого развития. В деятельность ГОК внедряются цифровые процессы, а приоритетными целями стратегического развития комбинатов являются повышение уровня жизнедеятельности работников и забота об экологии.

**Список использованных источников:**

1. Федеральная служба государственной статистики// О внешней торговле в январе 2021 года. URL: [https://www.gks.ru/bgd/free/b04\\_03/IssWWW.exe/Stg/d02/50.htm](https://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d02/50.htm)

2. Справочник «Металлургия. Металлопоставки. Россия» (электронная, ежедневно обновляемая версия). URL: <https://www.metainfo.ru/ru/directory/bygoki.html#:~:text=%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F%C2%BB.,%2C%20%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D1%89%D0%B8%D0%BA%D0%B8%20%D0%B8%20%D0%BF>

3. Министерство экономического развития Российской Федерации 7 августа 2019 г.// Картина экономики. Июль 2019 года. URL: [http://old.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/bfd8a471-8106-4e61-9ee2-56045ec5fa08/190806\\_econ\\_pic.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=bfd8a471-8106-4e61-9ee2-56045ec5fa08](http://old.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/bfd8a471-8106-4e61-9ee2-56045ec5fa08/190806_econ_pic.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=bfd8a471-8106-4e61-9ee2-56045ec5fa08)

4. РБК. Компания ГидМаркет. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/11693/>

5. НЛМК. Цифровизация Стойленского ГОКа. URL: <https://sq-al.facebook.com/nlmc.press/videos/188869296368264/>

6. Металлоинвест Горнорудный сегмент. URL: <https://www.metalloinvest.com/business/mining-segment/>

7. Металлоинвест Отчёт об устойчивом развитии 2019. URL: <https://www.metalloinvest.com/upload/iblock/132/our192ru.pdf>

8. Федеральная служба государственной статистики// Производственный травматизм. URL: [https://rosstat.gov.ru/working\\_conditions](https://rosstat.gov.ru/working_conditions)

9. Новик В.С., Юраков Н.С., Юракова Т.Г.// Экологический контроль деятельности горно-металлургических комбинатов. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_38524708\\_41452157.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_38524708_41452157.pdf)

10. Доклад о состоянии и охране окружающей среды на территории Курской области в 2019 году. URL: [file:///C:/Users/%D0%A2atiana/Downloads/files\\_68\\_docs\\_109461\\_77\\_109153.pdf](file:///C:/Users/%D0%A2atiana/Downloads/files_68_docs_109461_77_109153.pdf)

© Творилова Т.В., 2021





УДК 338.012

## ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНЫХ ФИНАНСОВ КОМПАНИЙ ТЭК

Яковлева А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве РФ», Москва*

В статье рассмотрены особенности организации финансов компаний ТЭК в разрезе активов, собственных и заемных ресурсов. На основе оценки финансовой отчетности компаний нефтяного сектора выявлены основные характеристики структуры баланса и факторы, исторически сформировавшие полученные результаты исследования. Полученные выводы описывают современное финансовое состояние отрасли, как двигателя отечественной экономики.

Особенности организации финансов в российских компаниях ТЭК связаны с историей становления отечественного рынка. Недавно приватизированные компании, которые ранее находились полностью в руках государства, стали искать новые рычаги управления финансовыми потоками. Специфика производства заставляет компании формировать свои финансовые отношения, учитывая стоимость дорогостоящего оборудования, огромные объемы капитальных вложений в строительство и геологоразведку, длительность финансового цикла, логистические схемы, сложность географического расположения и т.п.

Понимание особенностей организации корпоративных финансов компаний ТЭК играет ключевую роль в том, как российские компании ТЭК смогут конкурировать в дальнейшем с такими мировыми корпорациями, как Shell, BP, Petroleum China и другие. Цель статьи – комплексно исследовать особенности и механизмы организации финансов компаний топливно-энергетического комплекса.

Данный вопрос неоднократно освещался в работах таких исследователей, как Буш Д., Джонстон Д. [1], Злотинко Л.Г., Колядов Л.В. [2], Дробышев Д.С. [3] и др. Новизна статьи заключается в анализе новейших данных финансовой отчетности лидирующих компаний нефтяного сектора, наиболее ярко презентующих современное состояние отрасли.

Корпоративные финансы – это экономические отношения, возникающие в процессе хозяйственной деятельности организации ТЭК, и касающиеся аккумулирования, распределения финансовых ресурсов и формирования активов. Для компаний топливно-энергетической отрасли характерно такое организационно-правовое образование, как публичное акционерное общество (ПАО). Для данного типа характерна централизация





финансовых ресурсов. В большинстве случаев именно материнская компания формирует ценовую и финансовую политику, определяют рынки сбыта, осуществляют перераспределение доходов.

Активы представляют собой имущество, находящееся в собственности или на праве владения. Главная их цель – получение дохода. По состоянию активов компании можно судить о его отраслевой принадлежности, а в динамике рассматривать его финансовое развитие и прогнозировать основные тенденции. Состав и величина активов определяет результативность компании, определяет её место в отрасли. Так, у компаний из одной отрасли складывается определенная структура активов, которая может меняться под воздействием факторов: времени, технического развития и ресурсного потенциала отрасли.

К факторам, определяющим величину и структуру активов, относятся: отрасль производства, размер и состав объекта, капиталоемкость, место расположения объекта, финансовая политика и т.д. Топливо-энергетическая отрасль относится, несомненно, к числу капиталоемких отраслей, где размеры и составы объектов основного производства эксплуатируются целыми десятилетиями, поэтому инвестиции их строительство достигают огромного уровня. Технический уровень производства определен сложностью разведки, добычи, переработки и реализации сырья потребителям. Так, средняя стоимость забуривания боковых стволов на нефтяных месторождениях в ХМАО-Югра оценивается в 47,492 млн. рублей [4]. Стоимость работ зависит от производительности технологий и от природных и климатических факторов. Основными сырьевыми регионами выступают Западная и Восточная Сибирь, Урал и Поволжье, которые находятся вдалеке от основных потребителей энергии, что сказывается на активах компании. Основная финансовая политика компаний ТЭК исторически основывалась на экстенсивных методах, поэтому, очевидно, доля внеоборотных активов будет значительна.

Согласно РСБУ в ведущих компаниях нефтяной отрасли (рис. 1) доля внеоборотных активов в балансах составляла на уровне 70-85%, а оборотных – соответственно порядка 15-30%. Наибольшая величина внеоборотных активов наблюдается у ПАО «НК «Роснефть» с существенной стоимостью активных фондов, и наименьшая у ПАО «Газпромнефть» за счет большой доли дебиторской задолженности в оборотных активах. В дочерних компаниях, чаще всего, величина оборотных активов может быть выше. Для этих структур характерно то, что они работают на договоре аренды, основной фонд принадлежит материнской компании. Аналогичная ситуация и на нефтеперерабатывающих, газоперерабатывающих и других предприятиях, так как возникают запасы сырья и денежных средств [2].

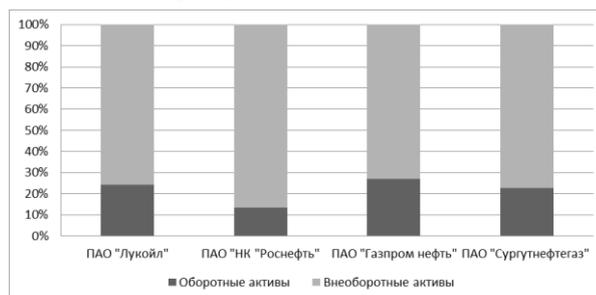


Рисунок 1 – Состав активов нефтяных компаний на 2019 год [5]

Для устойчивости и развития активов компании, в них необходимо вкладывать денежные средства. Источниками таких средств выступают финансовые ресурсы, которые делятся на собственные и заемные. К собственным ресурсам можно отнести нераспределенную прибыль, уставный, резервный и добавочный капитал.

Уставный капитал (УК) в ПАО формируется за счёт эмиссии акций компании. Размер УК зависит от организационно-правовой формы компании. Добавочный капитал служил дополнением к УК и формируется за счёт разницы между рыночной и продажной ценой акций. В него включаются результаты переоценки основного фонда, безвозмездные поступления из бюджета. Ключевым источником финансовых ресурсов выступает прибыль (накопленная и нераспределенная), образованная от реализации продукции и услуг, продажи имущества и доходных поступлений от инвестиций. Для возможных убытков компания формирует так же резервный капитал. Источником его формирования выступает прибыль организации. Резервный капитал выступает неким страховым фондом, сформированным самой организацией.

Важным составляющим при характеристике экономического состояния субъекта выступают заемные финансовые ресурсы. Компании прибегают к внешним источникам, так как для долгосрочного успешного развития бизнеса необходимы инвестиции, чем больше денежных средств привлечет компания, тем больше у нее шанс получить мультипликационную выручку и окупить долги.

Основными источниками заемных средств выступают [4]: кредиты коммерческих банков; облигационные и прочие займы; еврооблигации; коммерческие бумаги (векселя, опционы) и т.д.

Стоит остановить внимание на кредиторской задолженности, которая представляет собой задолженность поставщику или организации за сырье, продукцию или услуги. Данное понятие идет в противовес дебиторской задолженности, которая входит в состав оборотных активов. Она представляет собой кредит, выданный организацией потребителю на условиях будущего погашения платежа. Величина этих показателей и время отсрочки зависят от характера производства и конъюнктуры рынка. В компаниях ТЭК одной из ключевых способов финансирования является соглашение о разделе продукции (СРП). Представляет собой договор между



инвесторами и добывающей компанией, при котором возмещение инвестиций осуществляется за счёт стоимости добываемого в будущем сырья. Пассивы компаний ТЭК нельзя оценивать однозначно, так как каждая компания формирует свою политику в рамках привлечения денежных средств и инвестиций (рис. 2).

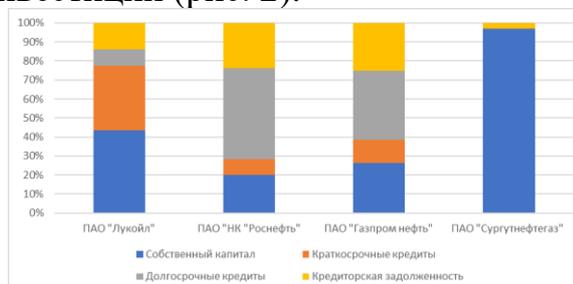


Рисунок 2 – Структура финансовых средств в нефтегазовых компаниях на 2019 год [5]

Как вы видим на представленной таблице наиболее благоприятная ситуация наблюдается у ПАО «Сургутнефтегаз», так как собственный капитал намного превосходит заемные источники финансирования. Это обусловлено тем, что компания старается больше привлекать инвестиции и развивать свой собственный капитал за счёт внутренних механизмов. Однозначно огромную роль сыграла нераспределенная прибыль компании. Большое преимущество компании в том, что оно позиционирует себя, как новатора в отрасли, постоянно совершенствуя технологи, увеличивает выход светлых нефтепродуктов. ПАО «Роснефть» и ПАО «Газпромнефть» показывают неблагоприятную тенденцию: доля собственного капитала низкая. Вызвано это тем, что компании государственные, и в большинстве случаев они акцентируют свое внимание на выполнении функций государства, и намного медленнее подстраиваются под новую конъюнктуру рынка. Наличие краткосрочных кредитов не указывает на проблемы у ПАО «Лукойл», так как долговое бремя погасится в течение года, и не будет расти, как у других компаний. Тем не менее, «Лукойл» необходимо наращивать собственный капитал для его финансовой устойчивости в 2019 году.

Важными показателями в структуре оборотных активов и краткосрочных пассивов являются показатели кредиторской и дебиторской задолженности. Именно на основе соотношения суммы, которую мы должны выплатить, к сумме, которая должна поступить к нам от покупателей можно дать оценку управлению финансами в краткосрочном периоде. Для крупных компаний ТЭК характерна ситуация, когда дебиторская задолженность превышает кредиторскую. Чаще всего в составе холдинга дебиторская задолженность приходится на дочерние компании, что является особенностью компаний ТЭК. Низкие показатели дебиторской и кредиторской задолженности – это наилучшее финансовое состояние



организации, когда деньги не застаиваются и постоянно находятся в обращении, увеличивая рентабельность и оборот активов [3].

В целом, стоит отметить, что для компаний ТЭК характерна высокая доля собственных средств, ключевым фактором роста которой является нераспределенная прибыль организации. В среднем она составляет порядка 85% от собственного капитала (рис. 3).

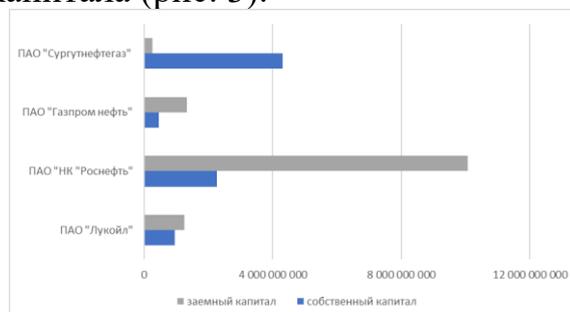


Рисунок 3 – Соотношение заемного и собственного капитала за 2019 год [5]

Соотношение заемного и собственного капитала отражают возможные риски, финансовую устойчивость и платежеспособность организации. Высокая доля заемных средств говорит о риске банкротства, ведь значительные выплаты по кредитам приведут к снижению прибыли и падению рентабельности.

Тем самым, структура финансов компаний ТЭК определяется рядом внутренних особенностей (динамика оборота, структура активов, динамика рентабельности, финансовая гибкость, налоговое бремя) и рядом внешних факторов, формирующих поступление и выбытие денежных средств (кредиторы, фондовые рынки, эмиссия акций, государственные субсидии и т.д.). На основе нашего исследования отчетности для нефтяной отрасли характерны следующие соотношения: высокая доля внеоборотных активов, вызванная капиталоемкостью производства; высокая роль заемных средств; высокий уровень дебиторской и кредиторской задолженности, так как длительность операционного и финансового цикла определяется сложностью поисково-разведочной работ, добычи сырья, переработки и сбыта продукции на рынки. Все это необходимо финансировать за счёт собственных финансовых ресурсов, в случае, когда их не хватает, компания прибегает к кредитам коммерческих банков, к займам на фондовом рынке, к помощи государства и т.д.

#### Список использованных источников:

1. Буш Д., Джонстон Д. Управление финансами в международной нефтяной компании [Пер. с англ. А. Трактинский]. - М.: Олимп-Бизнес, 2015.- 414 с.
2. Злотинкона Л.Г., Колядов Л.В., Тарасеко П.Ф. Финансовый менеджмент в нефтегазовых отраслях. - М.: Российский государственный университет нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина, 2016. - 353 с.



3. Дробышев Д. С. Институциональные условия развития корпоративных структур топливно-энергетического комплекса : на примере предприятий нефтегазового сектора : дис....кандидата экономических наук : 08.00.05.- М., 2007. - 24 с.

4. Состояние и перспективы развития нефтесервисного рынка России-2016. Сегменты «Бурение», ТКРС, «Геофизика». [Электронный ресурс]. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/energy-resources/Russian/oilservice-market-in-russia-2016-geophysics.pdf> (дата обращения: 05.04.2021).

5. Спарк [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sparkinterfax.ru/system/> (дата обращения: 05.04.2021).

© Яковлева А.А., 2021

УДК 658

## РОЛЬ И ПРОБЛЕМЫ МУСОРОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ямщикова В.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Череповецкий государственный университет», Череповец*

Сейчас очень остро стоит вопрос о вторичной переработке, так как в мире все больше люди потребляют, что приводит к увеличению количества отходов. Переработка (рециклинг отходов) – это повторное использование бытового и производственного мусора.

Мы рассмотрим крупнейшие российские мусороперерабатывающие предприятия для того, чтобы понять современное состояние заводов. На 17 апреля 2019 года в топ 5 российских компаний на рынке бытовых отходов входят (см. табл. 1) [1]:

Таблица 1 – Крупнейшие предприятия мусоропереработки в России.

Название предприятия	Где находится	С какого года функционирует	Численность персонала	Выручка, млрд. рублей	Прибыль, мил. рублей	Уставной капитал
ООО «ЭкоЛенд»	Новокузнецк	11.10.2007	237	368,6	16,2	10526
ООО «Хартия»	Москва	13.06.2012	2 671	9,2	17,8	5000000
ООО «ВИВА ТРАНС»	Москва	22.09.2000	541	4,2	12	4108400
ООО «Эколайн»	Москва	22.11.2012	625	2,7	64,8	40000
АО «Мусороуборочная компания»	Краснодарский край	20.06.2007	От 1 000 до 5 000	1,9	22,4	100 млн.

Рассмотрев каждое предприятие, можно сказать, что за 2019 год самой прибыльной компанией является ООО «ЭкоЛайн». Самый большой уставный капитал имеет АО «Мусороуборочная компания», поэтому предприятию можно доверять, она надежная, так как уставный капитал является гарантом для кредиторов, по его размерам банк судит о



финансовой устойчивости заемщика, и помогает повысить имидж компании в представлении заказчиков. Самое большое количество сотрудников также у АО «Мусороуборочная компания», показывающее доверие и возможность развития сотрудников данной компании.

Основные показатели в сфере водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений (см. табл. 2) [2]:

Таблица 2 – Основные показатели в сфере мусороперерабатывающих предприятий в Российской Федерации.

Основные показатели	2017	2018
Коэффициент обновления основных фондов, в процентах	14,2	16,9
Степень износа основных фондов по видам экономической деятельности на конец года, в процентах	58,6	22,0
Производительность труда по видам экономической деятельности, в процентах к предыдущему году	96,7	102,7
Оборот организаций (в фактически действовавших ценах; миллиардов рублей)	860,6	990,4
Среднегодовая численность работников организаций, тыс. человек	571,2	571,2
Среднеотраслевая заработная плата, рублей	33092	29968

Коэффициент обновления основных фондов по сравнению с 2017 увеличился на 2,7%, что характеризует относительное увеличение стоимости основных средств за счет их обновления. Степень износа основных фондов в 2018 году уменьшилась более чем в 2 раза, что показывает улучшение физического состояния, эксплуатационных свойств в целом. Производительность труда возросла на 6% относительно предыдущего года, следовательно, увеличилась результативность труда, что дает возможность утилизировать и переработать больший объем отходов. Оборот организаций в фактически действовавших ценах увеличился в 2018 году практически на 130 миллиардов рублей, поэтому вырос и общий объем выполненных работ и оказанных услуг собственными силами. Среднегодовая численность работников организаций осталась неизменной за 2017 и 2018 год. Среднеотраслевая заработная плата уменьшилась на 3000 рублей.

Рассмотрим актуальные проблемы в сфере мусоропереработки. Одна из первых проблем – в России нет предприятий, которые осуществляют полный цикл от вывоза мусора и до его переработки [3]. В нашей стране плохо развита эта отрасль, многие предприниматели обходят стороной, ведь думают, что это неприбыльно [4]. Еще одной проблемой является сортировка мусора ведь прежде, чем переработать отходы, необходимо его рассортировать, но многим не хватает времени на его сортировку или нет желания и знаний. Из этого можно сделать вывод, что тогда надо рассортировывать отходы непосредственно на заводе, но на производстве еще нет оборудования для этого. Эту работу выполняют работники, что замедляет процесс утилизации и это вредно для их здоровья. Следующая проблема – многие думают, что лучше и проще утилизировать, чем



перерабатывать, так как при рециклинге качество вторичного сырья ниже, чем у обычного [5]. Негативные последствия в складировании и захоронении отходов: многие делают акцент на экологии, что необходимо с этим бороться и затрачивают большие суммы на борьбу с последствиями губительного влияния свалок, а могли потратить часть этой суммы на строительство завода по переработке. Также в России распространены полигоны и свалки, что занимают огромные территории и негативно влияют на окружающую среду [6]. Сейчас появилась еще одна глобальная проблема из-за быстро развивающихся технологий каждый 1-2 года люди приобретают себе новейшие смартфоны, а старые в лучшем случае продают другим. Выбрасывается большое количество гаджетов, что заводы не справляются с нагрузкой [7].

Инновации в развитии мусороперерабатывающих предприятий: Henkel планирует внедрять переход на замкнутый цикл производства. Например, сейчас у них не содержатся пластиковые микрогранулы в средствах для стирки и ухода за домом. Эта компания разработала специальное программное обеспечение для проверки пригодности упаковки для переработки EasyD4R, разработали черный краситель без углерода [8], фандоматы, урны с автоматической сортировкой на месте сбора [9], автоматизация промышленной сортировки мусора (Zen Robotics [10], Tomra), Ooho создала порционные капсулы с водой, которые можно съесть [11], в марте 2021 года в Краснодаре открыли детскую площадку из переработанного пластика [12], ученые из Екатеринбурга и Тюмени совместно разработали и сделали технологию, которая позволяет перерабатывать твердые бытовые отходы в жидкое топливо [13], в 2019 в Риме выпустили проект, где можно оплатить проезд, сданными пластиковыми бутылками [14].

За 2020 год мир потратил на разработку цифровых технологий примерно 3,6 миллиарда долларов [15]. Четыре основных направления развития цифровой сферы в решении проблемы мусоропереработки: производство смарт-систем для сбора отходов; оптимизация и оснащение автопарка специализированным программным обеспечением и датчиками; производство и внедрение интеллектуальных систем в производстве; облачных технологий и пользовательских интерфейсов [16]. В России МТС запускает федеральную программу цифровизации работы с отходами. Компания разработала программу, которая оповещает и помогает контролировать вывоз и утилизацию бытовых отходов [17].

Понятие государственно-частного партнерства – это сотрудничество органов государственной власти и бизнеса в рамках реализации социально значимых проектов, имеющих общественное значение [18]. Наилучшим типом государственно-частного партнерства в сфере переработки отходов является соглашения о концессии и о строительстве объекта с последующей



передачей, так как в этой сфере необходимо строительство больших полигонов, мусороперерабатывающих заводов, что требуют масштабных материальных затрат на осуществление проектов [19]. На конец 2019 года сведения, полученные из базы данных инфраструктурных проектов Национального центра государственно-частного партнерства, проекты, реализуемые в России на коммунально-энергетическую сферу приходится 73,6 %, из них на сферу обращения твердых бытовых отходов лишь 2,3 % (98 проектов). (см. табл. 3).

Таблица 3 – Реализация проектов ГЧП в сфере обращения с ТБО в федеральных округах, в % от количества проектов и объемов инвестиций.

Федеральный округ	Количество проектов		Общий объем Инвестиций		Инвестиции в расчете на 1 проект
	Ед.	% к итогу	млн руб.	% к итогу	
Центральный ФО	17	17,3	147113,2	68,8	8653,7
Северо-Западный ФО	5	5,1	423,7	0,2	1687,9
Приволжский ФО	17	17,3	8439,7	3,9	496,5
Уральский ФО	8	8,2	20570,6	9,6	2571,3
Сибирский ФО	10	10,2	7180,2	3,4	718,0
Дальневосточный ФО	4	4,1	1166,1	0,5	323,8
Северо-Кавказский ФО	1	1,0	269,8	0,1	269,8
Южный ФО	3	3,1	971,4	0,5	323,8
Другое (проекты, не имеющие определенного статуса)	33	33,7	27548,9	12,9	834,8
Всего	98	100,0	213683,6	100,0	2180,4

Из этих данных мы можем сделать вывод, что лидером является Центральный Федеральный округ и Приволжский Федеральный округ, на их территории реализуется большая часть проектов государственно-частного партнерства в сфере переработки отходов. Также развитие в других субъектах происходит медленно, кроме Центрального, Приволжского и Сибирского Федеральных округов [20]. Сотрудничество дает положительные результаты для всех участников государственно-частного партнерства. Так для государства – это забота об экологии и окружающей среде, целенаправленное увеличение финансирования частного бизнеса в сферу переработки и увеличение новых рабочих мест. Для частного бизнеса – это гарантия обеспечения рабочих мест, льготы и субсидирование со стороны государства. Так и для жителей – повышение качества жизни [21].

Таким образом, в России только начинают развиваться мусороперерабатывающие предприятия. Изменения в сфере обращения с отходами требует использования новых решений и технологий, которые способствуют эффективной переработке.

#### Список использованных источников:

1. Издательский дом «Отраслевые ведомости». Ведущий журнал для специалистов отрасли обращения с отходами, 17.04.2019. URL: <https://news.solidwaste.ru/2019/04/top-35-krupnejshih-musornyh-kompanij/>



2. Федеральная служба Государственной статистики. Официальное издание «Промышленное производство в России». 2019. Стр.24-45. URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Prom\\_proiz-vo2019.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Prom_proiz-vo2019.pdf)
3. Огороднов С. «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ». 22.03.2013. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2013/03/22/56c1b6129a7947406ea09ec6>
4. Патрин А. URL: <https://soutsar.ru/raznoe/skolkomusoropererabatyvayushhix-zavodov-v-rossii-skolko-v-rossii-musoropererabatyvayushhix-zavodov-aktualnye-voprosy-vopros-otvet.html#i-13>
5. Надточей В.С., Беликова Е.Г., Тюрина С.Г. Проблемы утилизации мусора// Материалы IX Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». URL: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017037524>
6. Реферат «Проблемы утилизации. Переработка отходов». URL: <https://www.potram.ru/index.php?page=202>
7. Самойлов Н. Статья «Новая глобальная проблема: Землю завалили поломанными гаджетами».02.06.2019. URL: <https://versiya.info/science/115993>
8. Кочетов А. Статья «Бизнес в новой упаковке». Выпуск №5, 26 сентября 2019. URL: <https://plus.rbc.ru/news/5d807f467a8aa91b23c632a2>
9. Официальный сайт. URL: <http://pandomat.ru/>
10. ROBOTIC WASTE RECYCLING SOLUTIONS. URL: <https://zenrobotics.com/>
11. Шелягина Е. «Инновации мусорного сектора: фандоматы, датчики и умная сортировка». URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/5ee9dc6c9a7947091ee27961>
12. Recycle. Статья «Как Дима Билан открыл в Краснодаре первую детскую площадку из переработанного пластика». 04.03.2021. URL: <https://recyclemag.ru/article/bilan-otkril-krasnodare-pervuyu-detskuyu-ploschadku-pererabotannogo-plastika>
13. Гуфарова М. Российская газета - Спецвыпуск № 81(7839) «Миллионы со свалки». 12.04.2019. URL: <https://rg.ru/2019/04/12/rossijskie-uchenye-sozdali-tehnologiiu-pererabotki-tbo-v-zhidkoe-toplivo.html>
14. Миракян Н. Российская газета - Федеральный выпуск № 163(7921). 25.07.2019. URL: <https://rg.ru/2019/07/25/v-rimskom-metro-plastikovye-butylki-mozhno-obmeniat-na-bilet.html>
15. Статья «На цифровые технологии в сфере обращения с ТКО мир потратит примерно 3,6 млрд долларов». 10.10.2018. URL: [http://gorhoz.ru/gh/article\\_1122.html](http://gorhoz.ru/gh/article_1122.html)
16. «Digitalization Trends and the Global Waste Recycling Market». 2/2018. URL: <https://global-recycling.info/archives/2095>



17. Статья «МТС и Российское экологическое общество запускают федеральную программу цифровизации вывоза и утилизации отходов». 19.11.2020. URL: <https://sistema.ru/press/news/mts-i-rossijskoe-ekologicheskoe-obshchestvo-zapuskayut-federalnuyu-programmu-tsifrovizatsii-vyvoza-i>

18. Кочеткова С. А. Учебное пособие «Государственно-частное партнёрство». 2016. URL: <https://monographies.ru/en/book/section?id=11631>

19. Демина В., Магомедалиева О. Статья «Механизмы развития проектов в сфере обращения с коммунальными отходами». №53-2, 26.10.2016. URL: <https://novainfo.ru/article/8234>

20. Толстолесова Л.А. Механизм государственно-частного партнерства в системе управления отходами: российская практика // Интернет-журнал «Отходы и ресурсы», 2019 №4. URL: <https://resources.today/PDF/16ECOR419.pdf>

21. Рассоха А. Статья «Возможность использования рециклинга в России на основе государственно - частного партнерства». 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnost-ispolzovaniya-retsiklinga-v-rossii-na-osnove-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva>

© Ямщикова В.И., 2021

УДК 338.02

## ВОЗМОЖНОСТИ ЦИФРОВОЙ ВАЛЮТЫ В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКИ

Росляков С.В., Морозова Т.Ф.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Формат национальной валюты в виде цифрового рубля в России находится на стадии разработки и уже сегодня провоцирует резонансные обсуждения. Публичный отчет Центрального Банка РФ (далее ЦБ), опубликованный в марте 2021 года, дает право рассуждать какой итоговый вариант цифрового рубля будет внедрен в экономику, какие нововведения появятся в ходе реализации пилотного проекта «цифрового рубля» и что повлечет за собой освоение данного формата валюты в повседневной жизни.

У новой формы денег – цифровой валюты центрального банка (далее ЦВЦБ) – много сторонников и противников и, не смотря, на конфронтацию мнений, все эксперты признают перспективу замены традиционных денег на электронные в течение 10-15 лет. Сегодня цифровой рубль выделен ЦБ как новый вектор развития экономики, но технологии применения электронных денег пока недостаточно определены, что порождает разные трактовки их практического использования. К внедрению новой валюты





призваны коммерческие банки, общественные консультации с которыми позволят разработать итоговую концепцию реализации цифрового рубля и мероприятия по развитию данного инструмента в российской среде.

Анализ доводов сторонников и опасений противников ЦВЦБ позволяет выделить объективные достоинства и недостатки цифрового рубля, показанные в табл. 1., и определить перспективы развития цифрового рубля в условиях российской практики.

Одним из главных условий коммерческих банков в поддержании программы внедрения ЦВЦБ является наличие возможности получения дополнительной прибыли, что позволит улучшить финансовое благосостояние каждого банка. Это дает право считать все расчеты, которые можно провести на основании внедрения цифровых денег к прибыли, целесообразными.

Наиболее распространенным методом оценки эффективности работы банка является показатель чистого процентного дохода (далее – NPL), рассчитывающийся следующей закономерностью:

$$NPL = (\text{процентные доходы от выдачи кредитов} - \text{процентные расходы на кредиты по ставкам трансфертной кривой}) + (\text{процентные доходы по ставкам трансфертной кривой} - \text{процентные расходы по управлению пассивами}).$$

Центральный Банк предлагает оценивать ожидаемую доходность по следующим сценариям развития:

А – оценка возможных доходов от высоколиквидных активов – основной сценарий, оценка доходность оценивается по показателю чистого дохода:

$$\text{Чистый доход} = \text{min. остаток} * (1 - \text{норматив обязательных резервов}) * \text{ставка размещения} - \text{среднегодовой остаток} * \text{ставка привлечения}.$$

Далее рассчитывается ROE (рентабельность собственного капитала) и NIM (чистая процентная маржа) по двум подсценариям:

A1 – потенциальный доход без начисления % по счетам;

A2 – потенциальный доход с начислением % по счетам;

В – определяет чистый доход от «дешевых» пассивов:

$$\text{Чистый доход} = \text{среднегодовой остаток} * (1 - \text{норматив обязательных резервов}) * \text{ставка размещения} - \text{среднегодовой остаток} * \text{ставка привлечения}$$

С – участие коммерческих банков минимальное – сценарий с малой вероятностью реализации, расчет доходности производится по показателям предыдущих сценариев.





Таблица 1 – Положительные и отрицательные стороны по введению ЦВЦБ

Преимущества цифрового рубля	Недостатки цифрового рубля
1. Возможность стимулирования роста экономики может быть реализована при помощи грамотно продуманной модели ЦВЦБ и разработки законодательных основ применения цифровой валюты, что позволит повысить эффективность денежно-кредитной политики, расширить доступность финансовых ресурсов, повысить инвестиционную активность, поддерживать инновации, конкурировать в платежной системе.	1. Угроза стабильности финансовой системы. При любом варианте реализации ЦВЦБ неизбежен отток ликвидности. Коммерческие банки в обороте будут выдавать деньги ЦБ населению, не имея на это запас ликвидности, сокращая свои активы на сумму займа. Наоборот, при займе напрямую у ЦБ, будет происходить удорожание стоимости фондирования и повышение процентных ставок, что неизбежно скажется на бизнесе в целом и появится главная проблема ЦВЦБ-угроза финансовой стабильности.
2. Создание дополнительных «рабочих мест»: создание нового инструмента стимулирует создание нового функционала, который требует постоянного обслуживания и обновления. Данный вывод является самым очевидным.	2. Централизованная платформа ЦБ. Количество ежедневных транзакций в РФ увеличивается, и очевидно, что одна система не может обслуживать сразу все операции, поэтому все крупные игроки используют децентрализованную систему.
3. Единая база хранения. Централизованное хранение цифровых активов страны остается за ЦБ, что позволяет избежать клонирования и подделки новой валюты.	3. Направленность на одноуровневую систему. Поступательные действия ЦБ в стороны полноценного игрока, а не только регулятора системы, определяют ЦБ, как монополиста финансовой системы РФ, что не способствует её развитию.
4. Кодирование – отличительная функция по защите движения и оборота валюты, помогающая отследить единицу денег на всем жизненном этапе.	4. «Переток» ДС. Велика вероятность оттока традиционных денег в цифровую среду, что может привести к обесценению иных форм валюты.
5. Безопасность существования. ЦВЦБ должен стать самой высокотехнологичной валютой в мире, позволяющий вывести деньги на новый уровень использования.	

Анализ возможностей внедрения цифровой валюты показал рост доли прибыли и корреляцию доходности банка в зависимости от выбранного в будущем сценария развития, отклонения является небольшим. Динамика показателей дает основание полагать, что в дальнейшем проценты будут увеличиваться. Цифровой рубль сможет принести дополнительную доходность банкам, но точный процент должен будет быть получен в ходе практической апробации нового инструмента.





### Список использованных источников:

1. <https://www.cbr.ru/>
2. Росляков С.В., Морозова Т.Ф. Типология электронных денег //Сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации» - М: РГУ им А.Н. Косыгина, 2019  
© Росляков С.В., Морозова Т.Ф., 2021

### УДК 330.1

## ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Криворотова Д.А., Морозова Т.Ф.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Функционируя в рыночных условиях, образовательная организация при оценке финансового положения выделяет характеристику финансовой устойчивости как один из главных критериев уровня финансового благополучия и жизнеспособности организации.

Анализ финансовой устойчивости государственного вуза носит как субъективный характер, так и объективный характер. Субъективный характер проявляется в гарантированной финансовой устойчивости со стороны государства посредством бюджетного финансирования, поскольку государственное субсидирование образовательных организаций является безрисковым видом финансирования. Объективность анализа финансовой устойчивости сводится к оценке объемов структуры финансовых ресурсов внебюджетных поступлений, их распределения и использования в условиях сохранения платежеспособности и допустимого уровня риска.

Обеспечение эффективности текущей деятельности и развития вуза на основе роста капитала за счет бюджетных и внебюджетных поступлений является отличительной особенностью оценки финансовой устойчивости образовательной организации высшего образования.

Финансовая среда функционирования вуза зависит от аспекта регулирования его деятельности со стороны государства, но в большей степени от рыночной конъюнктуры. Специфическая особенность оценки финансовой устойчивости образовательной организации в условиях диверсификации источников финансирования, в разрезе деления ее на образовательную, научно-исследовательскую и иную деятельности, требует проведения обособленного анализа финансовой устойчивости по каждому источнику, а также оценки уровня качества финансового менеджмента.



Среда функционирования вуза определяет условия формирования финансовых ресурсов, использование которых формирует конечный результат деятельности. Источники финансовых ресурсов и направления их движения в процессе деятельности вуза представлены на рис. 1.



Рисунок 1 – Схема функционирования образовательной организации высшего образования

Специфика анализа финансовой устойчивости образовательной организации требует особый методологический подход к формированию алгоритма оценки финансовой устойчивости, в основе которого заложен метод сопоставления результатов потребности в средствах и текущего финансирования с учетом его диверсификации на источники средств, а также использование системы абсолютных и относительных показателей, отражающих структуру капитала по данным бухгалтерского баланса. Предлагаемый подход схематично показан на рис. 2.



Рисунок 2 – Схема оценки финансовой устойчивости образовательной организации высшего образования



Система абсолютных показателей структуры активов, пассивов и финансовых результатов рассматривается в динамике и предполагает определение значения отклонений от базисного периода, что позволяет определить уровень финансовой устойчивости по следующим условиям: положительное значение – финансово устойчивая организация, отрицательное – финансово неустойчивая организация. Анализ относительных показателей финансовой устойчивости осуществляется на основе расчета следующих коэффициентов: обеспеченности вуза собственными оборотными средствами, финансовой зависимости, финансовой независимости, финансовой устойчивости и мобильности (гибкости) собственных источников средств [1]. Рассчитанные коэффициенты сопоставляются с нормативными значениями, на основании которых возможно отнесение образовательной организации к определенному типу финансовой устойчивости – абсолютной, нормальной, неустойчивой или кризисной.

Метод сопоставления, на основании которого определяется финансовая устойчивость, в дальнейшем позволяет рассмотреть необходимость привлечения собственного капитала за счет внебюджетной деятельности, а также оценить уровень риска формирования структуры собственных и заемных средств, используемых вузом для финансирования активов. Данный аспект чрезвычайно важен, так как рыночная среда порождает неопределенность и неизбежно приводит к рискам.

Общий методологический подход к оценке финансовой устойчивости можно представить следующими этапами: выделение сегмента количественных показателей; группировка показателей; определение уровней финансовой устойчивости; разработка шкалы и четких нормативных критериев отнесения к тому или иному типу финансовой устойчивости.

Применение данного алгоритма способствует повышению качества финансовых решений о структуре финансирования и подбора механизма управления финансовыми рисками с целью их снижения.

#### **Список использованных источников:**

1. Кельчевская Н.Р. Проведение финансового анализа государственного образовательного учреждения / Н. Р. Кельчевская, Н. Б. Прохорова, М. В. Павлова; Урал. гос. техн. ун-т.— Екатеринбург : УГТУ-УПИ, 2001 — 127 с.

2. Гладкова Е.А., Морозова Т.Ф. Факторы влияния на формирование финансовой стратегии университета. // Сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации» - М: РГУ им А.Н. Косыгина, 2020.

© Криворотова Д.А., Морозова Т.Ф., 2021





## Авторский указатель

### А

Алейникова А.Б., 32  
Альдебенева А.Н., 36  
Амеличева Д.В., 104  
Антипенко А.А., 114

### Б

Бавыкина А.М., 40  
Байрамова Р.С., 43  
Балаева А.Ю., 160, 162  
Близнюкова Е.П., 50  
Боброва А.С., 118  
Бреславцева Е.А., 4  
Бухтик М.И., 147

### В

Вейсерт С.В., 195  
Вишневская А.С., 53  
Волкова А.Д., 123  
Воронин В.А., 57

### Г

Габова В.П., 4  
Гольшева А.В., 127

### Д

Додина А.И., 131  
Дрюченко С.Д., 61

### Ж

Жохова А.А., 8  
Журавлева Е.П., 11

### З

Земляк К.Г., 137  
Зорина Е.В., 134  
Зотова С.А., 123

### И

Иваненко С.М., 207  
Иващенко Н.С., 165  
Исааков Г.С., 68

### К

Казарина Е.Н., 137  
Камина Е.Л., 142  
Кирилева Я.А., 11  
Корнейчик Д.В., 147  
Корягина А.Н., 151  
Криворотова Д.А., 235  
Кузьменко С.С., 64

### Л

Лобанова В.А., 155

### М

Маризина А.А., 160, 162  
Машарский И.И., 165  
Мелтонян К.А., 15  
Морозова Т.Ф., 232, 235  
Мяснянкина Ю.С., 171

### Н

Нетребко М.Д., 176  
Нефедова Л.В., 213  
Нечаев Б.П., 110  
Никитина М.А., 182

### О

Овезов К., 187  
Ормоцадзе Л.Г., 191

### П

Пантюхин Е.А., 18  
Панфилова Е.С., 104



Петрова М.Д., 195  
Поливода А.В., 64  
Путина А.М., 68

## Р

Романова А.Д., 72  
Росляков С.В., 232  
Рыбасова М.В., 80

## С

Саидова М.С., 200  
Сараджева О.В., 61  
Семенова А.А., 203  
Семенова А.В., 207  
Семенова Е.А., 104  
Соловьев А.Д., 110  
Страчкова Е.Г., 127, 176  
Сучкова Е.С., 213  
Сюй Чжэньпэн, 76

## Т

Тарута С.В., 195  
Творилова Т.В., 217  
Темирбулатова И.Р., 80  
Тимохович А.Н., 72  
Трубицына А.С., 83

## У

Усачева А.С., 89

## Ф

Филатов А.В., 85  
Филиппова Т.К., 24

## Х

Хамадеева В.Н., 96

## Ч

Чапанова А.М., 89  
Черноусова Н.В., 134  
Чупина С.А., 207

## Ш

Шальмева Д.Б., 15  
Шальмиева Д.Б., 40  
Шаматрина А.Н., 27  
Шукаева А.А., 92

## Ю

Юйхань, 101

## Я

Яковлева А.А., 222  
Ямщикова В.И., 227



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ  
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ВЕКТОР

**Научное издание**

**«Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития»  
(Вектор-2021)  
сборник материалов  
Часть 1**

**В авторской редакции**

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.

Все материалы отображают персональную позицию авторов.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов

Усл.печ.л. \_\_\_\_\_ Тираж 30 экз. Заказ №140-Нц/21

Редакционно-издательский отдел РГУ им. А.Н. Косыгина

115035, Москва, ул. Садовническая, 33, стр.1

тел./ факс: (495) 955-35-88

e-mail: [riomgudt@mail.ru](mailto:riomgudt@mail.ru)

Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина

Дизайн Федоров М.А.