

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-2022)**

ЧАСТЬ 4

**МОСКВА
2022**



**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-2022)**

25 мая 2022 г.

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
Часть 4**

МОСКВА - 2022



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



УНИВЕРСИТЕТ
КОСЫГИНА

ВЕКТОР

УДК 33(06)

ББК 65

В85

В85 Всероссийская научная конференция молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2022): сборник материалов / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство). Часть 4 – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2022. – 287 с.

ISBN 978-5-00181-263-0

Сборник составлен по итогам Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2022), состоявшейся 25 мая 2022 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-2022) ссылка на сборник статей обязательна.

УДК 33(06)

ББК 65

Редакционная коллегия

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

Научное издание

ISBN 978-5-00181-263-0 © Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2022

© Коллектив авторов, 2022



УДК 330.336

ОЦЕНКА ПРОМЫШЛЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА РАЙОНОВ ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Павлов К.В., Никифоров С.А., Сати Р.С.

*Учреждение образования «Полоцкий государственный университет»,
Новополоцк, Республика Беларусь*

Республика Беларусь территориально делится на шесть областей: Минскую, Брестскую, Гродненскую, Гомельскую, Могилевскую и Витебскую, она граничит с Российской Федерацией, Польшей, Украиной, Литвой и Латвией. Важное значение для развития всей страны имеет Витебская область, занимающая северную часть государства. В 2021 году валовый региональный продукт (ВРП) развития области составил 15036,8 млн. белорусских рублей, что более чем в два раза превышает аналогичный показатель, достигнутый областной экономикой в 2016 году, т.е. в начале предшествующего пятилетнего периода. Анализируя табл. 1, можно видеть, что значительный рост ВРП за пятилетку способствовал увеличению не только объемных показателей, но и удельных – показатели ВРП в среднем на душу населения и денежных доходов в расчете на душу населения за указанный период выросли более чем в 1,5 раза.

Таблица 1 – Основные показатели развития Витебской области за период 2016-2020 гг.

	2016	2017	2018	2019	2020
ВРП, млн. руб.	7496,1	8036,0	9073,5	9940,0	11756,3
На душу населения, тыс. руб.	6409,0	6930,0	7900,7	8732,7	10431,6
Денежные доходы в расчете на душу населения, тыс. руб. в месяц	446,8	481,4	546,2	611,7	671,9

Удельный вес региона в общереспубликанских социально-экономических показателях за прошедший период в основном несколько снизился (см. табл.2). Так, доля ВРП в Витебской области с 2015 по 2018 годы снизилась с 8,9% до 7,4%, далее показатель несколько увеличился с 7,5% в 2019 г. до 8% в 2020 г. Также волнообразно вели себя и удельные показатели продукции промышленности, продукции сельского хозяйства, ввода в эксплуатацию общей площади жилых домов, а также показатели инвестиции в основной капитал. Показатели розничного товарооборота, доля экспорта товаров и доля экспорта услуг существенно снизились.

Таблица 2 – Удельный вес Витебской области в общереспубликанских социально-экономических показателях на 01.01 2015-2020 гг.

Годы	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ВРП	8,9	7,9	7,9	7,4	7,5	8,0
Продукция промышленности	15,6	14,1	14,6	15,2	14,1	13,3
Продукция сельского хозяйства	13,0	12,4	12,0	12,5	12,4	12,1
Ввод в эксплуатацию общей площади жилых домов	7,0	7,1	6,7	7,6	8,0	7,5
Розничный товарооборот	11,7	11,1	11,0	11,0	10,6	10,2
Инвестиции в основной капитал	8,6	9,0	8,4	9,1	9,1	9,7
Экспорт товаров	8,2	6,7	8,0	6,5	5,6	5,9
Экспорт услуг	2,2	2,0	2,1	2,2	1,8	1,7



Важнейшей проблемой оценки экономического развития различных районов крупного региона является проблема неравенства территорий, что обуславливает разницу в определении уровня потенциала и оценки резервов его производственного использования. Проблема уменьшения неравномерности в уровне социально-экономического развития различных районов относится к числу сложнейших хозяйственных задач. Оценку социо-эколого-экономического потенциала региона и его важнейших районов целесообразно проводить в разрезе различных его составляющих, которые отражаются в соответствующих показателях. При осуществлении исследования использовали статистические методы, методы ранжирования и выбора приоритетов.

Административно-территориальное деление Витебской области в настоящее время включает 21 район, в том числе 19 городов, из них два – областного подчинения, 22 поселка городского типа, 191 сельский совет и 6202 сельских населенных пункта. Самым большим по протяженности является Полоцкий район, занимающий 3169,8 кв. км., самый маленький – Шарковщинский – 1189,2 кв. км. В табл. 3 приводятся показатели численности населения за прошедший период, из которой видна негативная демографическая тенденция, выражающаяся в уменьшении численности населения абсолютно в каждом районе. С каждым годом происходит уменьшение в среднем на 0,2 тыс. человек, а кое-где сокращения достигает 0,7 тыс. человек в год. Самая большая численность населения в 2021 г. наблюдается в Оршанском районе – 146 тыс. человек, а самая маленькая – в Россонском районе – 9 тыс. человек.

Таблица 3 – Численность населения районов Витебской области

Район	Год / значение показателя, тыс. человек					
	2016	2017	2018	2019	2020	на 01.01.2021
Бешенковичский	15,9	15,8	15,5	15,1	14,6	14,3
Браславский	26,4	25,9	25,5	25,2	24,7	24,1
Верхнедвинский	21,8	21,6	21,3	20,9	20,5	19,9
Витебский	37,3	37,2	36,9	36,6	35,7	35,2
Глубокский	37,7	37,3	36,9	36,6	35,2	34,7
Городокский	23,3	23,1	22,9	22,6	22,2	21,6
Докшицкий	23,5	23,0	22,8	22,4	22,5	21,8
Дубровенский	14,8	14,4	14,2	13,9	14,5	14,1
Лепельский	33,1	32,9	32,7	32,5	32,0	31,6
Лиозненский	15,8	15,5	15,3	15,0	16,2	15,8
Мнорский	20,7	20,3	19,9	19,7	19,2	18,7
Оршанский	158,2	157,6	156,4	155,0	148,1	146
Полоцкий	108,4	108,2	107,5	106,9	103,4	102,3
Поставский	36,5	36,0	35,7	35,1	34,6	33,8
Россонский	9,5	9,3	9,2	9,1	9,3	9
Сенненский	22,1	21,6	21,3	20,6	21,1	20,3
Толочинский	25,3	24,8	24,5	24,1	24,1	23,4
Ушачский	13,7	13,5	13,3	13,0	12,7	12,4
Чашнинский	31,3	31,0	30,4	30,0	29,0	28,3
Шарковщинский	15,6	15,1	14,8	14,3	14,7	14,3
Шумилинский	18,3	18,1	17,9	17,5	17,7	17,3

Витебская область обладает значительным ресурсным потенциалом. На ее территории, занимающей 40,1 тыс. кв. км, находятся свыше 2800 озер, более 500 рек, в результате чего она входит в еврорегион «Озерный край», около 45% территории составляют лесные земли, а свыше 35% – это земли сельскохозяйственного назначения. Через регион проходит несколько автомобильных дорог международного значения. Основными



железнодорожными узлами являются Витебск, Орша и Полоцк, а общая длина железных дорог в области превышает 1200 км.

Витебская область – развитый промышленный регион Беларуси, где более 23% трудоспособного населения занято на промышленных предприятиях. К числу основных отраслей промышленности относятся: легкая; пищевая; перерабатывающая; производство электроэнергии; нефтепереработка; станкостроение. Основными индустриальными центрами являются Витебск, Полоцк и Орша. В Витебске расположена свободная экономическая зона «Витебск». Регион богат месторождениями полезных ископаемых. В промышленных масштабах здесь добываются доломит, глина, торф, песок, минеральные воды [1, с. 136]. Земли сельскохозяйственного значения занимают 1,6 млн. га. На долю животноводства приходится 55% агропромышленного комплекса области, на растениеводство – 45%. Сельхозпредприятия специализируются на производстве молока, мяса, свинины, птицы, выращивании льна, зерновых, овощей. Развиты озерно-рыбные хозяйства. Витебская область имеет богатое культурное наследие – более 3 тыс. памятников археологии, истории, культуры и архитектуры.

За прошедший пятилетний период в Витебской области создано около 400 новых предприятий и производств. Промышленные организации вложили более 4,5 млрд. белорусских рублей инвестиций в основной капитал. Большое число новых организаций – предприятия по переработке древесины и выпуску изделий из дерева. В 2020 году создано 15 таких производств, и потенциал для развития этой сферы производства в области есть [2, с. 18]. В целом динамика общего объема промышленного производства характеризуется данными табл. 4.

Таблица 4 – Объем промышленного производства районов Витебской области, млн. руб.

Район	Год / значение показателя, млн. руб.				
	2016	2017	2018	2019	2020
Бешенковичский	20,9	24,8	23,1	30,0	46,2
Браславский	57,2	54,6	54,3	75,9	91,3
Верхнедвинский	112,3	145,2	164,7	172,6	187,1
Витебский	227,8	287,4	336,0	368,5	440,9
Глубокский	220,1	241,7	220,3	221,1	241,7
Городокский	41,5	44,6	46,4	55,2	47,9
Докшицкий	36,4	36,3	44,3	53,2	52,1
Дубровенский	16,6	16,5	18,5	24,9	24,2
Лепельский	195,4	206,9	235,4	265,3	284,9
Лиозненский	20,9	20,2	21,0	23,3	25,1
Миорский	32,6	47,1	46,7	43,1	58,7
Оршанский	766,6	869,8	949,9	1097,2	1200,7
Полоцкий	489,2	520,5	559,3	593,3	643,2
Поставский	160,2	183,1	195,2	214,8	246,4
Россонский	13,5	14,1	13,7	11,8	14,8
Сенненский	41,6	48,6	37,3	26,4	29,5
Толочинский	97,0	114,6	138,3	131,3	151,0
Ушачский	15,6	16,7	19,0	19,2	20,2
Чашинский	79,8	97,5	116,5	117,9	118,9
Шарковщинский	14,9	16,4	18,8	23,7	25,1
Шумилинский	108,2	119,8	136,9	145,8	161,9

Согласно данным, представленным в табл. 4, с каждым годом происходит увеличения объема промышленного производства практически во всех районах. Единственный район, в котором произошло снижение



объемов промышленного производства – Сенненский. С 2016 г. по 2020 г. этот показатель сократился на 12,1 млн. руб. Самый большой объем промышленного производства приходится на Оршанский район – 1200,7 млн. руб., на втором месте Полоцкий район – 643,2 млн. руб., что почти в два раза меньше объема, который приходится на Оршанский район. На третьем месте Витебский район – 440,9 млн. руб., что почти на треть меньше от объема Оршанского района. Одинаковый объем в Лиозненском и Шарковщинском районах – 25,1 млн. руб. Самый низкий объем промышленного производства приходится на Россонский район – 14,8 млн. руб.

В 2021 году была осуществлена модернизация предприятий легкой и пищевой промышленности. В легкой промышленности планируется получить результат от модернизированных производств на Витебском меховом комбинате, Оршанском льнокомбинате, от внедрения роботизированных программно-аппаратных комплексов на «Белвесте». Целесообразно рассчитывать также на прирост в деревообработке за счет увеличения глубины переработки сырья.

В областном бюджете в 2020 году появились непредвиденные статьи расходов – в сфере здравоохранения и социальной сфере в связи с пандемией COVID-19. Резервные ресурсы направлялись на решение самой главной проблемы последних лет, в результате чего расходы бюджета Витебской области на 2021 год определены в сумме 2,479 млрд. белорусских рублей. На нужды сфер образования и здравоохранения в этот период будет направлено 31% и 27% расходов соответственно.

Проблемы с поставками импортного сырья на переработку негативно отразились на объемах промышленного производства, экспорта, грузоперевозок [3, с. 318]. С марта 2020 года резко упал спрос на услуги туризма, оздоровления, культуры и развлечений, подсели общепит и розничная торговля. Несмотря на трудности, в целом удалось избежать падения экономики. По большинству показателей развития отмечается положительная динамика, а по темпу роста реальной зарплаты Витебщина лидирует среди областей Беларуси (108% роста). Сельскохозяйственные организации нарастили производство продукции на 5,7%, объемы строительно-монтажных работ увеличились на 9,4%, даже промышленность (без учета нефтепереработки и энергетики) приросла на 0,4% [4]. Прибыльная и рентабельная работа обеспечена по основным отраслям. Основные рычаги роста промышленного комплекса на перспективу до 2025 года будут опираться на максимальное раскрытие потенциала отраслей, прежде всего за счет углубленной переработки местного сырья.

Список использованных источников:

1. Повышение конкурентоспособности экономики на основе ее инновационного развития и модернизации : системный подход.





Коллективная монография./ Под научной ред. д.э.н., профессора К.В. Павлова.- Новополоцк: Полоцкий гос.университет, 2020.- 288с.

2. Вабищевич, С.С. Внешнеэкономическая деятельность в Республике Беларусь: правовые аспекты./С.С. Вабищевич.- Монография.- Минск: Молодежное научное общество, 2019.- 232с.

3. Экономика на постсоветском пространстве в условиях новых патологических вызовов и процессов цифровизации. Коллективная монография./ Под научной ред. д.э.н., профессора К.В. Павлова.- Ижевск: Издательство «Шелест», 2021.- 644с.

4. Организация внешней торговли [Электронный ресурс] / Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь. - Режим доступа: <http://www.president.gov.by>. Дата доступа: 12.12.2020.

© Павлов К.В., Никифоров С.А., Сати Р.С., 2022

УДК 331.104

МЕТОДЫ РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Павлова Д.А., Пурыскина В.А.

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

Актуальность темы статьи обусловлена важностью эффективного управления конфликтами в организации для формирования и развития кадрового потенциала. При наличии противоречий и конфликтов достижение общеорганизационных целей становится трудно реализуемой задачей, поэтому важность мер по созданию благоприятного социально-психологического климата в коллективе организации не может быть проигнорирована никем. В настоящее время управление конфликтами признается важным фактором влияния на кадровый состав организации и результативность его трудовой деятельности. Благодаря устранению причин конфликтов или своевременному его урегулированию, усиливается непрерывное развитие хозяйственной деятельности и места организации в конкурентной среде.

Следует отметить, что среди современных авторов не существует существенных споров по вопросу сущности и содержания конфликта. При этом в большинстве случаев под конфликтом принято понимать ситуацию, причиной которой послужило противоречие позиций двух сторон по поводу ценностей, целей и средств их достижения [1].

Конфликт представляет собой многоаспектный процесс, развивающийся во временных координатах, поэтому его можно разделить



на ряд этапов, которыми являются: предконфликтный период; непосредственно конфликтное взаимодействие; постконфликтная фаза [2].

Прежде всего, следует подчеркнуть, что в форме конфликта проявляется один из видов социального взаимодействия, со свойственным ему столкновением. Это является его отличительной чертой. При любых обстоятельствах конфликт представляет собой ситуацию, в которой происходит осознание участниками, что их существующие интересы и позиции в будущем не совместимы. При этом каждый из оппонентов не хочет терять свою позицию и интересы противников он не хочет воспринимать всерьез.

Последствия конфликтов, как правило, носят негативный и деструктивный характер. В связи с этим основной акцент при рассмотрении конфликтов ставится на методы их нейтрализации или минимизации. При этом предметом исследований, проводимых в рамках разрешения конфликтов, является переговорный процесс, как способ выхода из конфликта. Рассмотрим, с помощью каких методов является возможным достичь разрешения конфликта (см. рис. 1).



Рисунок 1 – Наиболее распространенные методы управления конфликтами в организации [3]

Как видно из рис. 1, в настоящее время существуют структурные и персональные методы управления конфликтами. К структурным методам относятся такие как, применение организационных методов и мер общего плана деятельности организации в урегулировании конфликтов, которые заключаются в наказании и поощрении сотрудников. Персональные технологии направлены больше на персональное воздействие, либо убеждение участников конфликта в его относительно скором завершении.

По мнению Т.Л. Скрипченко, к межличностным методам решения конфликтных ситуаций относятся: уклонение от конфликта; «сглаживание» противоречий; принуждение к завершению конфликтного противостояния; компромисс; решение проблемы [4].

Следовательно, исследовав и проанализировав конфликт, умение своевременно его выявить и избежать тяжелых последствий является главным для руководителей в организациях.



Каждый человек, попав в конфликтную ситуацию, вправе выбрать один из стилей поведения, который позволит ему при минимальных потерях отстоять свою позицию в сформировавшемся противостоянии. Обобщенно стратегии решения конфликтных ситуаций в современных организациях изобразим на рис. 2.



Рисунок 2 – Стратегии решения конфликтных ситуаций в современных организациях [4]

Каждая из стратегий поведения в конфликте имеет определенное содержание и особенности применения.

Уклонение – это попытка человека (группы лиц) уйти от конфликта. Один из способов сделать это – не попадать в конфликтные ситуации, во время которых может возникнуть столкновение интересов, не участвовать в обсуждении вопросов, которые могут повлечь за собой разногласия с другой стороной. Главным недостатком данного метода является то, что пущенный «на самотек» конфликт может серьезно нарушить функционирование всей организации в целом, в случае его эскалации или неконтролируемого развития.

Сотрудничество – это убеждение всех сторон конфликта в том, что последствия конфликта, в той или иной мере негативно отразятся на всех, поэтому его не стоит начинать. Для такого стиля разрешения конфликта характерным является то, что внешние признаки конфликтной ситуации исчезнут, но внутренняя причина самого противоречия так и останется без изменений. Это чревато тем, что, со временем, проблемная ситуация, приводящая к конфликту, снова может возникнуть, но уже в более острой форме, поскольку проблема, лежащая в его основе, так и не была разрешена, а, в перспективе, может лишь усугубиться.

Приспособление – это навязывание участникам конфликта точки зрения руководства или одной из сторон, причем любой ценой. Такая технология выхода из конфликтной ситуации может иметь место в практике, однако она является действенной только в случае, если данный руководитель имеет значительное влияние на подчиненных и без колебаний пользуется предоставленным ему административным ресурсом. Главными недостатками этого стиля управления конфликтом является, во-первых, подавление всяческой инициативы сотрудников, а во-вторых, увеличение вероятности того, что, вследствие единоличного принятия



административного решения, не будут учтены важные факторы, влияющие на дальнейшее функционирование организации.

Конфронтация – это принятие точки зрения другой стороны, но лишь в определенной степени. С одной стороны, данный стиль может значительно уменьшить уровень конфликтности в организации, поскольку удовлетворяются (хотя бы частично) требования обеих противоборствующих сторон. Однако, использование данного способа разрешения проблемы, особенно на стадии появления, помешает её диагностированию и существенно ограничит возможность поиска альтернативных, удовлетворяющих все стороны в полном объеме, для принятия решений.

Таким образом, существует широкий спектр методов нейтрализации или минимизации конфликта, каждый из которых имеет как преимущества, так и недостатки. При этом основными моделями поведения в конфликте являются: интеграция; принуждение; доминирование; уклонение; компромисс. В связи с распространенностью конфликтных ситуаций, практически в каждой современной организации следует разрабатывать и внедрять программу по разрешению межличностных и внутриорганизационных конфликтов. При этом в основе применяемых методов должен быть положен передовой опыт разрешения подобных конфликтов в других организациях.

Список использованных источников:

1. Анцупов А.Я. Конфликтология. / А.Я. Анцупов, А.И. Шипилов. – Питер, 2020. – 560 с.
2. Кургузова Ю.С. Управление конфликтами в системе управления персоналом // Молодежная наука (труды XXV Международной студенческой научно-практической конференции). – 2021. – С. 140-144.
3. Леонов Н.И. Основы конфликтологии. – Ижевск, 2019. – 418 с.
4. Скрипченко Т.Л. Организационное поведение. – Белгород, 2018. – 354 с.

© Павлова Д.А., Пурыскина В.А., 2022



УДК 332.6

АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА СТРОИТЕЛЬСТВА ТОРГОВОГО ЦЕНТРА

Павлова В.В., Пономарева А.С.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого», Санкт-Петербург*

В нашем постоянно меняющемся мире существует множество рисков, с которыми может столкнуться заказчик при вложении средств в проект строительства нового торгового центра. Для минимизации или устранения неблагоприятного воздействия необходимо перед принятием окончательного решения о строительстве, провести анализ и оценку рисков, чтобы определить выгодность вложений и целесообразность с имеющимися угрозами.

Целью работы является разработка алгоритма анализа рисков проекта строительства торгового центра. Цель достигнута решением следующих задач: выполнена идентификация рисков методом мозгового штурма; определены вероятность и степень воздействия по всем рискам; определены причины возникновения наиболее опасных рисков; разработаны рекомендации по работе с данной группой рисков.

Методы исследования: мозговой штурм, диаграмма Исикавы, матрица рисков [1].

Для проекта строительства торгового центра, располагающегося в пос. Бугры, наибольшую угрозу представляет нарушение сроков строительства, увеличение стоимости работ при возведении ТЦ, нехватка нужных материалов, низкая заполняемость арендопригодных площадей, риск, связанный с уходом арендаторов и поиском новых и снижение арендных выплат [2]. При устранении факторов возникновения рисков на основе разработанных рекомендаций, проекту удастся минимизировать и избежать возможные потери.

Торговый центр предполагает получение регулярного дохода от эксплуатации. Рассматриваемый торговый центр будет расположен на территории земельного участка в Ленинградской области, Всеволожском муниципальном районе, сельском поселении Бугровское, поселке Бугры, который непосредственно примыкает к северной границе Санкт-Петербурга в районе примыкания к КАД проспекта Культуры, граничит с городом Мурино. Преимущества расположения участка: близкое расположение к станции метро «Девяткино», остановка общественного транспорта, а также ж/д вокзала; плотная жилая застройка; активно развивающийся район;



удобный выезд с КАД, что обеспечивает свободный доступ к земельному участку.

Исследуемый объект располагается вблизи плотной жилой застройки города Мурино, где население составляет более 90 тыс. человек по данным Петростата на 1 января 2022 года. Жители района – это преимущественно молодые люди, студенты, семьи в возрасте 20-35 лет со сформированным запросом на современные общественные пространства, шоппинг, возможности для семейного досуга рядом с домом. В ближайшем окружении отсутствуют торговые центры, поэтому, построив торговый центр, он будет пользоваться популярностью и приносить регулярный доход. Такой объект даст возможности не только для шоппинга, но выполнит развлекательно-досуговую и социальную функцию, создаст новые рабочие места и в целом более комфортную среду для жизни.

На каждом этапе жизненного цикла объекта требуется незамедлительное принятие решений и внесение корректировок вследствие возникновения риска. Риск, сам по себе, подразумевает некоторое событие, которое несет в себе положительное или отрицательное влияние, а значит неполучение запланированных доходов или возникновения иного негативного эффекта [3]. До принятия решения о строительстве торгово-развлекательного комплекса, на этапе разработки плана, следует выявить и оценить риски, способные помешать достижению цели. Разработаем алгоритм управления рисками:

идентификация рисков [4];

построение матрицы рисков, основанной на воздействии и вероятности возникновения риска;

причинно-следственный анализ (диаграмма Исикавы) [5];

разработка рекомендаций на основе причинно-следственного анализа и наиболее опасных рисков, направленных на максимальное снижение негативного влияния.

Таким образом, опираясь на план выше, выделим две группы рисков: риски, связанные со строительством торгового центра и риски, касаемые эксплуатации торгового центра. Методом мозгового штурма идентифицируем следующие риски для группы рисков, возникающих на этапе строительства: нарушение сроков строительства; увеличение стоимости работ при возведении ТЦ; нехватка нужных материалов; пониженное качество выполнения работ в сравнении с планируемым; неудачное местоположение; недостаток финансирования; несчастные случаи на объекте; остановки работ в течение смены; невозможность применения специального оборудования; неудовлетворительное состояние оборудования на стройплощадке (отказ оборудования); несвоевременная поставка материалов, инструментов и оборудования.

Данные риски могут привести к смещению этапов строительства на более поздние сроки, а, следовательно, и ввода торгового центра в эксплуатацию. Возможны корректировки плана строительства, а также дополнительные затраты.

Определим риски, возникающие на этапе эксплуатации торгового центра [6]: неуплата арендаторами платы за предоставляемые помещения; высокая конкуренция в районе расположения торгового центра; аварии, пожары, катаклизмы; низкая заполняемость арендопригодных площадей; снижение арендных выплат; повышение операционных расходов (платы за охрану, уборку, коммунальные услуги и т.д.); риск, связанный с уходом арендаторов и поиском новых; сезонность (неравномерная посещаемость ТЦ) и как следствие, нестабильность денежных потоков; пандемийные ограничения; неудачный маркетинг.

Оценив каждый риск по двум шкалам: оценки вероятности воздействия и оценки степени воздействия опасности, отразим полученные результаты на рис. 1.

Тип риска/угрозы	Очень низкая вероятность возникновения	Вероятность наступления события/напряжения				Очень высокая
		Низкая	Средняя	Высокая	Очень высокая	
	1	2	3	4	5	
Планирование строительства	1	1	2	3	4	5
Материалы/стоимость	2	2	Исходные материалы	Стоимость работ и материалы	Сезонность	Исходные материалы на объекте
Сроки/качество	1	Исходность, качество строительных материалов	Исходный материал	Исходная стоимость материалов и оборудования на объекте/на площадке	Нарушения, форс-мажорные обстоятельства, наличие и отсутствие необходимых материалов	Высокая конкуренция и наличие дополнительных мероприятий
Сроки/качество	4	Отсутствие оплаты арендаторами	Пандемийные ограничения	Повышение операционных расходов	Исходная стоимость работ, наличие сезонности, наличие необходимых материалов и оборудования	Нарушение сроков строительства, наличие дополнительных мероприятий
Очень серьезная угроза	5	5	Аварии, пожары, катаклизмы	Повышение операционных расходов и сезонность строительства	Сезонность строительства	5

Рисунок 1 – Карта рисков

На рис. 1 область зеленого цвета – риски, представляющие наименьшую угрозу, желтого – среднюю, а красного – наиболее опасные. При построении матрицы были выявлены наиболее опасные риски: нарушение сроков строительства, увеличение стоимости работ при возведении ТЦ, нехватка нужных материалов, низкая заполняемость арендопригодных площадей, риск, связанный с уходом арендаторов и поиском новых и снижение арендных выплат. Поскольку они находятся в красной зоне, где максимальная вероятность возникновения и самая серьезная степень воздействия на проект строительства ТЦ [7].

Определим причинные факторы возникновения рисков, полученные данные отразим на диаграмме Исикавы (рис. 2). Данную диаграмму имеет смысл построить с использованием всех выявленных рисков, но так она примет очень громоздкий вид, поэтому можно сгруппировать риски в категории или использовать наиболее значимые.

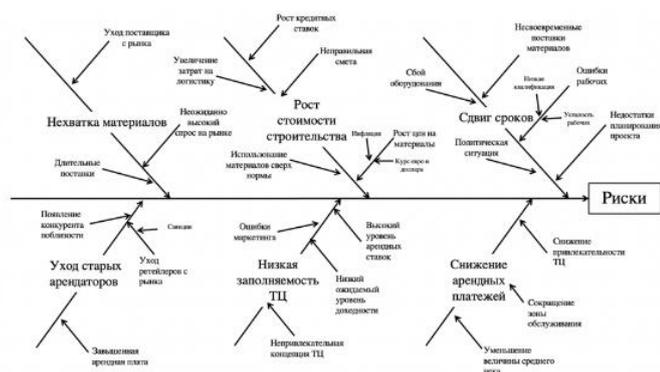


Рисунок 2 – Диаграмма Исикавы

На следующем этапе необходимо разработать рекомендации по устранению рисков, основываясь на факторах их возникновения, выявленных на предыдущем этапе.

Нарушение сроков строительства. Строительный контроль позволяет избежать необоснованного переноса сроков строительства и включает мероприятия: по контролю прогресса, контролю поставки материалов и оборудования, анализ и прогноз выполнения работ, а также планирование корректирующих мероприятий при необходимости. В ходе осуществления проверяется соответствие реально выполненных объемов работам, указанным в Акте о приемке выполненных работ КС 2 (КС – капитальное строительство) и в справке о стоимости выполненных работ КС 3. На основе полученных результатов применяются корректировки. Также можно использовать для соблюдения сроков строительства специализированный программный комплекс, который бесперебойно обеспечивает удаленный контроль за строительством объекта из любого места в любое время, настраивает эффективное взаимодействие всех участников строительства в едином информационном пространстве, обеспечивает надежное хранение архивной документации и снижает влияние человеческого фактора. В состав которого входит: электронный документооборот, подключение к системам ГСН (Государственный строительный надзор) и РТН (Ростехнадзор), аналитика учета рисков по объекту, анализ расхода материалов, BIG DATA. При работе с человеческим ресурсом можно ввести систему штрафов и мотивации.

Снижение арендных платежей. Необходимо провести анализ рынка и выделить целевую аудиторию, на удовлетворение потребностей которой будет направлен данный торговый комплекс. Анализ близко располагающихся конкурентов поможет выявить их слабые и сильные стороны и оценить наличие преимуществ, а также устранить имеющиеся недостатки. Также для сокращения рисков можно составить план маркетинга [8].

Рост стоимости строительства. Чтобы избежать роста цен на стройматериалы, зависящие от курса валют, следует отдать свое



предпочтение проверенным российским поставщикам, с учетом приемлемой цены и стоимости доставки, что также позволит снизить затраты на логистику. Применение высокопроизводительной техники позволяет сэкономить затраты на электроэнергию и топливо. Строительный контроль за рабочими позволит не только отслеживать сроки, но и использование материалов в рамках нормы.

Низкая заполняемость ТЦ. После того, как был окончательно определен сегмент рынка, для которого строится данный торговый центр, следует приготовить хорошие условия для якорных (крупных с популярными брендами) арендаторов, например, долгосрочные договоры, льготные периоды или персональные рекламные предложения, а также другие виды бонусов. Важное место имеет, грамотно разработанная маркетинговая концепция и визуализация торгового центра со специалистом. Стоит не забывать и о правильном соседстве, к примеру, детской парикмахерской с детским магазином одежды, что только повысит привлекательность ТЦ. Арендные ставки не должны быть завышены, а также имеет смысл продумать такие условия договора, которые позволят сотрудничать на долгосрочной основе, то есть сначала разделить с арендатором издержки, а потом зарабатывать вместе с ним.

Нехватка нужных материалов. Эффективное планирование закупок материалов и их хранение является важной задачей. Можно заранее закупить основные компоненты, которые зависят от сезонности, так как в сезон они пользуются повышенным спросом. Также должен быть разработан четкий план (страховой запас), который позволит обеспечить бесперебойность и ритмичность строительства. Еще один инструмент – заложить в строительство минимальную импортозависимость, то есть если существуют проблемы с зарубежными комплектующими, можно найти аналоги соответствующего качества от российских, белорусских и китайских производителей.

Уход арендаторов. В первую очередь необходимо анализировать ставки аренды на актуальность и регулировать взаимоотношения с арендаторами (отсрочки платежей, перевод оплаты аренды на процент от оборота). Также важным элементом является маркетинговая и PR-поддержка арендаторов. Можно в интересах арендаторов выделить места для размещения рекламы внутри помещения, на сайте ТЦ (совместные маркетинговые мероприятия и акции, направленные на привлечение покупателей), использовать дополнительные указатели для покупателей к точке арендатора.

В ходе проведенного исследования были выявлены риски проекта по строительству торгового центра в пос. Бугры, определено их влияние и значимость, а также причины возникновения. Проработав причины возникновения для наиболее опасных рисков, были разработаны



рекомендации, способствующие предотвращению или минимизации действия каждого. Своевременный анализ рисков помогает не допустить ошибок в ходе реализации проекта, а также сделать его менее уязвимым к не систематическим факторам, следовательно, избежать серьезных потерь, кроме того, повысить мотивацию персонала, работать в соответствии с требованиями охраны труда, соблюдать социальную защищенность работников и квалификацию персонала.

Список использованных источников:

1. Корнеева В.М., Пупенцова С.В. Современные методы управления рисками на предприятиях // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2020. № 2 (40). С. 33-38.

2. Пупенцова С.В. Методы анализа риска инвестиций в недвижимость // Научно-технические ведомости СПбГТУ. 2006. № 4 (46). С. 360-364.

3. Ашотян С.Г., Пупенцова С.В. Влияние деловой репутации на оценку конкурентных преимуществ предприятия в условиях неопределенности и риска // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2020. № 3 (41). С. 9-14.

4. Пупенцова С.В., Каракчиева И.М. Идентификация рисков инновационного проекта с использованием качественных методов анализа рисков // Управление риском. 2022. № 1 (101). С. 15-22.

5. Пупенцова С.В., Буданова А.Д., Сухих Ю.А. идентификация рисков на основе комбинации методов Исикавы и квалиметрии // В сборнике: Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики. Материалы XVIII Международной научно-практической конференции. В 3-х томах. Тольятти, 2021. С. 55-58.

6. Пупенцова С.В., Садакова В.В. Использование квалиметрии в оценке конкурентных сил торговых центров // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2021. № 1 (157). С. 53-59.

7. Купцов А.А., Пупенцова С.В. Оценка эффективности реконцепции торговых центров // Экономика строительства. 2016. № 2 (38). С. 66-77.

8. Алексеева Н.С., Вирунен В.В., Константинова Е.А. Зависимость арендной ставки торгового центра от проходимости его местоположения // В сборнике: Наука молодых - будущее России. сборник научных статей 3-й Международной научной конференции перспективных разработок молодых ученых: в 6 томах. 2018. С. 24-27.

© Павлова В.В., Пономарева А.С., 2022



УДК 330.59

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА КАЧЕСТВО ЖИЗНИ

Панов А.В., Феоктистова Т.В.

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

Происходящие в настоящее время изменения в производстве, коммуникациях и бизнес-процессах, стремительное увеличение числа технологий и скорости их появления, появление новых подходов и прорывных идей в производстве и экономике в целом позволяют называть наше время диграфт-эпохой. Все эти изменения базируются на информации, на изменении ее качества, ценности и объема и выражение «Кто владеет информацией, тот владеет миром» очень точно описывает существующее положение в мире. Все люди, желающие шагнуть в ногу со временем, хотя бы они того или нет, вынуждены впустить цифровую экономику в свою жизнь.

В начале 2000-х сложно было найти нужный товар и зачастую приходилось или ехать в Москву, или смириться с тем, что того или иного продукта нет, или искать альтернативу. Сегодня можно сформировать семейную продуктовую корзину на неделю, не отходя от рабочего стола с современной техникой, кроме того, она же и развлекательная, и развивающая, а курьер произведет доставку в ближайший срок, удобный для потребителя. Продукты будут свежими и не надо будет тратить свое время на огород, а как известно – время деньги [1].

Современный мир диктует новые условия и цифровизация берет верх. Любимая фраза взрослого поколения: «Интернет – это зло», но, если разобраться, зарплату, пенсию большинство получают на карту и самое удивительное, что она приходит в срок, благодаря интернету. А для оплаты коммунальных платежей не надо идти в банк, достаточно включить компьютер, зайти в личный кабинет и оплатить.

Конечно, цифровая экономика, это не только платежи, но и IoT система, и Big Data. Согласитесь, как удобно, заходя сегодня в метро, не прикладывая карту, пройти через турникет, это биометрическая система на основе умного искусственного интеллекта. Кроме того, современная техника позволяет распознавать и находить человека, который что-то нарушил, а это значительно упрощает работу исполнительной власти.

Выступая перед Федеральным собранием в 2016 году, В.В. Путин отметил, что опора цифровой экономики производится на российские компании, научные, исследовательские и инженеринговые центры страны, а значит, программа развития цифровой экономики работает. Президент



также отметил, что это вопрос национальной безопасности и технологической независимости России, в полном смысле этого слова – нашего будущего [2].

Главной целью программы «Цифровая экономика в РФ» является: создание для всех доступного интернета; покрытие крупных городов связью 5G; защита информации граждан, бизнеса и государства; повышение эффективности основной отрасли экономики; воспитание новых кадров, для работы в цифровой среде; увеличение доли затрат на развитие цифровой экономики в ВВП страны в 3 раза [3].

В связи с появлением новых цифровых технологий появляется большой объем взаимосвязей, новых транзакций и новых типов взаимосвязей между старыми факторами. Структура сегодня не поменялась, т.е. есть покупатель и продавец, раньше их общение происходило лично, сейчас они могут общаться на расстояние, через приложение. В физическом мире есть пассажир и трамвай. Сегодня можно открыть приложение или обратить внимание на табло экрана, установленного на остановке, и проследить маршрут и прибытие транспорта, а до этого, пассажир гадал и был в неизвестном ожидании о сроке прибытия городского транспорта. Цифровая экономика или умная экономика возникает потому, что возникает взаимодействие физических объектов осуществляется по-новому.

На рис. 1 представлен график, на котором хорошо просматривается динамика интернет-пользователей в России в период с 2012-2022 гг.

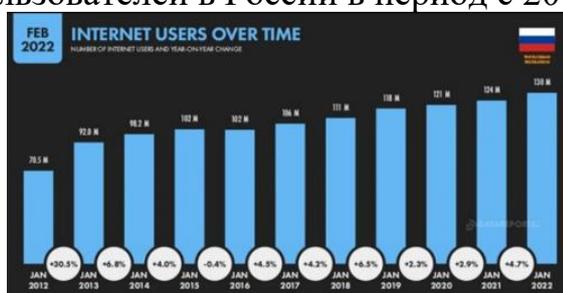


Рисунок 1 – Динамика интернет-пользователей в России [5].

Портал DataReportal опубликовал ежегодный отчет об использовании Интернета в разбивке по странам. По состоянию на январь 2022 года в России насчитывалось 129,8 миллиона пользователей Интернета. В настоящее время пользователей Интернет-ресурсами составляет 89% от общей численности населения. Примечательно, что годовой рост составил 4,7% (+5,8 млн.), и это самый высокий результат с 2018 года. Согласно полученным данным, чуть более 16 миллионов человек, проживающих в России, не пользуются Интернетом [4].

Цифровизация – это не только дорогостоящее оборудование (датчики, программное обеспечение), но и открытая «Яндекс карта», где можно писать и отмечать места со свалками, для удобства – место аварии на дорогах и ремонт участка дороги. А ведь – это тоже цифровизация.



Количество бесплатных ресурсов и контента в интернете огромное количество, а, следовательно, оно доступно любому человеку. У малообеспеченных людей появляются огромные возможности, которых не было или которые не были доступны до распространения интернета, то есть, сегодня можно обучаться в дистанционном формате, это дешевле и удобнее; можно проводить оплату коммунальных платежей, экономить на проезде до пункта оплаты, сокращать комиссии при оплате услуг сторонних источников.

Конечно, развитие цифровой экономики сталкивается с трудностями. Например, необходимо установить умное табло на остановке, но возникает вопрос, кто их будет производить. Муниципалитеты, создавая рынок городских услуг, получают толчок, помощь IT-сектору, это новые заказы и рабочие места. Курс цифровой экономике только набирает обороты, это новый спектр, который тянет за собой создание новых компаний, рабочих мест и заказов [5].

При формировании современной экономики в основе лежат информационные технологии. Текущий период, благодаря развитию технологий, существенно отличается от предыдущих десятилетий. Цифровая экономика базируется на информационных технологиях.

Во всем мире происходит стремительное развитие цифровой экономики и наше государство не исключение. Программа развития цифровой экономики РФ основывается на законе от июня 2014 года №172-ФЗ «О стратегическом планировании в РФ», положения ФЗ, актов Президента РФ и Правительства РФ, иных нормативных актов [3].

Количество пользователей новейших цифровых достижений ежегодно увеличивается, поэтому цифровая экономика накладывает свой отпечаток и на образование. Российские университеты начинают обучать и давать теорию о новых технологиях. Уже на студенческой скамье можно получить основы внедрения цифровизации со стороны разработчика. Так, в РГУ им. А.Н. Косыгина на кафедрах Института мехатроники и информационных технологий, уже сейчас преподаватели дают основы по современным цифровым технологиям, внедрять которые придется сегодняшним студентам.

Конечно, нельзя говорить, что у нас уже все развито, нет, но это дает большое поле для развития цифровой экономики, ведь проект запущен, как минимум, до 2035 года. Дел в этой области предстоит еще много, и, однозначно, с уверенностью можно сказать, что потенциал у цифровой экономики по улучшению качества жизни людей огромный.

Список использованных источников:

1. Гребенщиков Б. «Мы уже победили, просто это еще не так заметно»
// TextTerra // URL: <http://textterra.ru>– ноябрь 2021



2. Цифровая экономик. 1 этап // Развитие цифровой экономики в России (программа развития до 2035 года) – апрель 2022

3. Цифровая экономика 2024 – национальная программа развития цифровой экономики РФ// апрель 2022 URL: <https://digital.ac.gov.ru> – апрель 2022

4. Высокие технологии // URL:<https://trashbox.ru> – февраль 2022

5. Майя Свистухина «Цифровая экономика: будущее, доступное сегодня. Интервью с Еленой Коротковой» // URL: <http://ion.ranepa.ru> РАНХиГС – январь 2021

© Панов А.В., Феоктистова Т.В., 2022

УДК 37.078

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Панфилов М.С.

*Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет БРИКС (ЮниБРИКС)», Москва*

Современное общество ежедневно сталкивается с различными экономическими, политическими, социокультурными, демографическими и другими глобальными проблемами, которые меняют человеческое отношение к окружающему его миру [1, с. 59]. Развитие системы образования не является исключением, поскольку наличие качественного образования является одним из фундаментальных прав любого человека и гражданина [2]. Рассматривая образовательную политику развитых стран, можно заметить, что развитие образовательного процесса в образовательных учреждениях становится все более привлекательным не только для развития и совершенствования человеческого капитала, но и для дальнейших стратегических целей государства, которые направлены на улучшение финансового благополучия и независимости населения от внешних факторов и угроз.

Ежегодно правительство Российской Федерации увеличивает финансирование бюджетной, социальной и других сфер человеческой деятельности [3], при этом финансирование инклюзивного образования не является исключением, поскольку именно наличие качественных условий организации образовательного процесса для людей с ОВЗ способно показать уровень и эффективность не только всего образовательного процесса, но и развитие инфраструктуры конкретной территории.

Рассматривая психологические особенности человеческого общества, можно определить, что человек способен изменять окружающую его действительность опираясь на свои желания и потребности. Именно



поэтому развитие инклюзивного образования является естественным этапом формирования любой обязательной системы, поскольку организация качества и доступности образования является основной гарантией государства.

Государственная политика в области инклюзивного образования (в прочем, как и любая другая государственная политика) формирует свою систему финансирования, определяя ключевые показатели и сроки их реализации. Чаще всего финансирование в области инклюзии зависит от прямых потребностей и ресурсных дефицитов для осуществления образовательного процесса. Перед организациями осуществляющих образовательную деятельность в области инклюзии стоит непосредственная задача построить и организовать образовательный процесс для людей с ОВЗ [4]. Каждая образовательная организация должна создать благоприятную среду, благодаря которой ребенок с ОВЗ будет продолжать процесс социализации и общения со своими сверстниками [5].

Необходимо отметить, что эффективное финансирование инклюзивного образования возможно только при существенном уровне децентрализации системы принятия решений и выделения ресурсов [6]. Именно такая система позволит обеспечить все необходимые ресурсы для качественного осуществления образовательного процесса в области инклюзивного образования, а также демонстрации результативности и эффективности государственной политики.

Кроме того, следует учитывать, что администрации образовательной организации необходимо ежегодно проводить курсы повышения квалификации всех педагогических сотрудников, которые осуществляют свою профессиональную деятельность в области инклюзивного образования. Это обуславливается тем, что руководству образовательной организации необходимо поддерживать и развивать профессиональный потенциал своих педагогических сотрудников, не только для повышения качества образовательного процесса, но и имиджа всей образовательной организации.

Список использованных источников:

1. Лебедев И.Ю. Глобальные проблемы человечества: социально-философский взгляд // Теории и проблемы политических исследований. 2016. Том 5. № 6А. С. 58-68.

2. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 30.12.2021) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2022)

3. Бюджет для граждан к Федеральному закону о федеральном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов, 2019



4. Левшунова Ж.А. Л 382 Инклюзивное образование: учеб. пособие / Ж.А. Левшунова, Н.В. Басалаева, Т.В. Казакова. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2017. – 114 с

5. Дети с ОВЗ в школе: как создать комфортные условия для их обучения и общения? 2018 Режим доступа: <https://rosuchebnik.ru/material/sozдание-usloviy-dlya-detey-s-ovz/> (Дата обращения: 06.04.2022)

6. UNICEF, 2012, p. 39. The Right of Children with Disabilities to Education: A Rights-Based Approach to Inclusive Education. Geneva: UNICEF Regional Office for Central and Eastern Europe and the Commonwealth of Independent States (CEE/CIS). Access mode: http://www.unicef.org/ceecis/UNICEF_Right_Children_Disabilities_En_Web.pdf (application date: March 25, 2022)

© Панфилов М.С., 2022

УДК 330.322; 004.92

ТАМОЖЕННЫЕ ПРОЦЕДУРЫ В СИСТЕМЕ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Парахина К.О., Филатов В.В.

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

Международная торговля предполагает перемещение различных грузов через границу из одной страны в другую. Для регулирования таких отношений существуют органы государственного управления внешнеторговой деятельностью, особую роль среди которых в России занимает служба, занимающаяся таможенным делом, – ФТС России. Операции по ввозу или вывозу различных грузов, потоков могут как принести пользу национальной экономике (стимулировать внутреннее производство), так и нанести вред. Для удержания этих процессов в определенных рамках все страны мира прибегают к использованию барьеров на торговых путях [1].

Актуальность темы обусловлена тем, что при эффективном таможенном регулировании международный обмен позволяет государству увеличивать ВВП, перевести экономику страны на инновационную траекторию развития, углубить участие государства в мирохозяйственных связях в зависимости от целей внешнеторговой политики.

Чаще всего такие препятствия применяются при ввозе товаров на территорию государства. Поэтому таможенное регулирование внешнеторговой деятельности является актуальным рычагом воздействия



на экономику страны. Во-первых, таможенная политика должна обеспечить свободную интеграцию российской экономики в мировой рынок, снятие таможенных барьеров между странами. Во-вторых, необходимы меры по защите национального рынка, национальных производителей. Без такой защиты невозможно обеспечить экономический суверенитет страны, соблюдение общественных устоев, жизни и здоровья населения. В-третьих, необходимо пополнять бюджет страны за счет взимания таможенных платежей с участников внешнеэкономической деятельности при перемещении грузов через границу. Авторитетные международные организации, такие как ВТО, ГАТТ, ЮНКТАД, устанавливают единые международные стандарты и нормы в сфере внешнеторгового и таможенного регулирования [10].

Поэтому таможенные кодексы большинства стран построены на общей правовой основе – положениях Международной конвенции об упрощении и гармонизации таможенных процедур, рамочных стандартов ВТО, ряда многосторонних международных договоров. И как следствие, в этих странах организационно-правовая база таможенного дела похожа, хотя и имеет свои особенности, поскольку трудно согласовать национальные интересы разных стран. Международные стандарты и нормы таможенного права имеют приоритет над национальным законодательством [4].

Особое значение приобретает таможенное регулирование в рамках Евразийского экономического союза, этапом формирования которого стал Таможенный союз. Таможенный союз – это интеграционная группировка государств, которые добровольно отказались от национального таможенного суверенитета в пользу союзного органа и сформировали единую для всех таможенную политику. Государства-члены Таможенного союза устранили таможенные барьеры во внутренней торговле и осуществили единое, согласованное на союзном уровне регулирование в торговле с третьими странами. Евразийский экономический союз – интеграционная группировка государств, в рамках которой обеспечивается свобода движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики, определенных международными договорами в рамках ЕАЭС [2].

Таким образом, в ЕАЭС, кроме свободного перемещения товаров, действует свобода перемещения услуг, капитала и рабочей силы, а также применяется единая экономическая политика. Российская Федерация, Республика Беларусь и Республика Казахстан вошли в Таможенный союз, который с 2015 г. преобразован в ЕАЭС. К этому Союзу присоединились Республика Армения (в конце 2014 г.) и Кыргызская Республика (весной 2015 г.). На территории этих стран действует общий Таможенный кодекс



ЕАЭС, а Таможенный кодекс Таможенного союза с 1 января 2018 г. утратил свою силу.

В качестве «союзного» регулирующего органа выступает постоянно действующая ЕАЭС. Высшим органом управления ЕАЭС выступает Высший евразийский экономический совет (Высший совет). Евразийский межправительственный совет (Межправительственный совет) выступает средним по иерархии органом управления ЕАЭС. Важнейшим юридическим документом ЕАЭС является Договор о ЕАЭС. Данная интеграционная группировка открыта для вхождения в нее новых государств-членов путем присоединения к Договору об ЕАЭС [5].

Таможенное дело представляет собой совокупность средств и методов, обеспечивающих выполнение законодательства в области таможенного регулирования. В свою очередь, таможенное регулирование – это регулирование отношений, связанных с перемещением товаров через таможенную границу, их перевозкой и хранением на таможенной территории, уплатой таможенных пошлин, таможенным контролем и т.д. Центральную роль в таможенном законодательстве Российской Федерации играет Закон о таможенном регулировании. Закон разработан в соответствии ТК ЕАЭС, устанавливает особенности таможенного регулирования в Российской Федерации, общие принципы перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу. Также данный Закон гласит, что разработка новых условий, требований или особенностей таможенного регулирования должна проходить на уровне национального законодательства государств – членов ЕАЭС. Закон о таможенном тарифе определяет в России структуру тарифа, виды таможенных пошлин, порядок таможенного обложения, тарифные льготы и преференции.

В научной литературе немало внимания уделяется особенностям и роли таможенных платежей в системе налогов и сборов, раскрываются признаки финансовой деятельности таможенных органов, публично-правовых обязанностей заинтересованных в перемещении товаров лиц [4]. Таможенные пошлины могут быть ввозными (импортными) и вывозными (экспортными), в зависимости от того, какой товар ими облагается – ввозимый или вывозимый с таможенной территории. Транзитные (провозные) пошлины в настоящее время практически нигде не применяются, за исключением небольшого числа развивающихся стран. Ввозные пошлины выполняют фискальную и регулятивную функции. Они содействуют оптимизации товарной структуры импорта, поддержанию рационального соотношения вывоза и ввоза товаров, валютных доходов и расходов, защите национальной экономики от неблагоприятного воздействия иностранной конкуренции. Вывозные пошлины могут применяться в фискальных целях, для выравнивания низких внутренних цен и более высоких цен на внешнем рынке, с целью сохранения национальных



ресурсов. Мировая торговая практика ограничивает случаи применения вывозных пошлин [6].

В таможенных союзах таможенно-тарифное регулирование передается с национального уровня на уровень таможенного союза и на всей территории таможенного союза действует Единый таможенный тариф. Так, с образованием в 2010 году Таможенного союза в рамках Евразийского экономического сообщества и вхождением в него Российской Федерации таможенная пошлина на товары, ввозимые на территорию таможенного союза, рассчитывается по ставкам, содержащимся в Едином таможенном тарифе, Евразийской экономической комиссией. Система таможенных платежей, установленная статьей 70 Таможенного кодекса Таможенного союза, включает в себя помимо таможенной пошлины и таможенных сборов два вида налогов, а именно: НДС и акцизы. НДС и акциз, взимаемые при ввозе на таможенную территорию, представляют собой инструмент государственного регулирования внешнеторговой деятельности. Механизм косвенного налогообложения внешней торговли преследует цель избежания двойного налогообложения внешнеторговых поставок, реализуется применением нулевой ставки косвенного налога к операциям по реализации вывозимых товаров с последующим возмещением. Суммы косвенных налогов включаются в цену товара, что оказывает влияние на структуру потребления и регулирует спрос. Таким образом, НДС и акцизы в системе таможенных платежей выполняют две важнейшие функции: регулируют внешнюю торговлю с целью создания равных условий для конкуренции отечественных и импортных товаров на внутреннем рынке и способствуют пополнению государственной казны. Такое их значение является традиционным [3].

В таможенное регулирование ходит тарифное регулирование (установление тарифов, ставок таможенных пошлин) и нетарифное регулирование (лицензирование, квотирование и т.д.). Установление тарифов включает в себя сочетание форм прямого и косвенного воздействия на их стоимость. Прямое таможенно-тарифное регулирование – административное вмешательство государства в действующие тарифы, участие государства в формировании уровней, структуры и движения тарифов, установление определенных правил ценообразования. При прямых методах регулирования государство прямо воздействует на тарифы путем регламентации их уровня, установления нормативов рентабельности или нормативов элементов, составляющих тариф, а также другими аналогичными методами. Прямое вмешательство государства целесообразно тогда, когда ставится задача стабилизации действующих цен или их незначительного роста [9].

Косвенное таможенно-тарифное регулирование – это регулирование не самих тарифов, а факторов, влияющих на них. Косвенное вмешательство



в образование тарифов обеспечивается применением совокупности способов и средств, способствующих расширению товарного предложения на рынке, управлению доходами населения, регулированию налогов как на ввозимую, так и вывозимую продукцию. Косвенное регулирование, как правило, направлено на изменение конъюнктуры, на создание определенного положения в области финансирования, валютных и налоговых операций, а в целом – на установление оптимального соотношения между спросом и предложением. Эти методы проявляются в воздействии на факторы установления тарифов, которые носят макроэкономический характер [7].

Выбор таможенной процедуры имеет и экономическое значение. Например, предприятие в рамках контракта ввозит дорогостоящий прибор, не имеющий аналогов в Российской Федерации, для проведения испытаний в условиях собственного производства. Если декларант заявляет таможенную процедуру выпуска для внутреннего потребления, ему необходимо уплатить таможенные пошлины и налоги, которые могут быть весьма значительными. Поэтому, учитывая цели и срок ввоза товара для испытания, более предпочтительной в данном случае будет процедура временного ввоза. Она предполагает полное или частичное освобождение от уплаты таможенных пошлин и налогов, а также неприменение мер нетарифного регулирования с последующим помещением под таможенную процедуру реэкспорта. Поэтому, прежде чем остановить выбор на той или иной процедуре, декларант должен продумать все детали и тонкости, связанные с перемещением товара через таможенную границу [8].

Следовательно, правильный выбор таможенной процедуры позволяет существенно сэкономить финансовые и организационные ресурсы компании, так что пренебрегать этим моментом явно не стоит.

Таможенная процедура – не пустая формальность. От таможенной процедуры зависит не только порядок перемещения товара через границу, но и размер таможенных пошлин, налогов, а также применение мер нетарифного регулирования. Таможенное регулирование в Российской Федерации составляют таможенная политика, а также порядок и условия перемещения через таможенную границу Российской Федерации товаров и транспортных средств, взимания таможенных платежей, таможенного оформления, таможенный контроль и другие средства проведения таможенной политики в жизнь.

Экономические цели таможенного регулирования достигаются посредством пополнения государственного бюджета путем взимания таможенных платежей при перемещении товаров и транспортных средств через таможенную границу Российской Федерации. Уровень интеграции на Евразийской платформе в таможенной сфере зависит, в первую очередь от качества, результативности модернизации и совершенствования



таможенного администрирования, эффективности регулирования внешнеторговой деятельности, снижения административных барьеров и сокращения времени совершения таможенных операций, а также обеспечения баланса экономических интересов государств-участников ЕАЭС. При этом чтобы достичь положительной динамики интеграции в области таможенного дела в рамках ЕАЭС и сделать таможенные правила, процедуры, операции «прозрачными, понятными и необременительными» для бизнес-сообщества, важно основываться на передовой мировой практике таможенного администрирования (АТЭС, ЕС), международных стандартах регулирования внешней торговли, нормах и правилах ВТО и ВТамО.

Список использованных источников:

1. Журавлев М.В., Бузулуцкая М.В. Основные направления и перспективы развития ФТС. Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» Москва, 2022. С. 14-17

2. Косикова Ю.А., Филатов В.В., Мишаков В.Ю., Кудрявцев В.В., Положенцева И.В., Фадеев А.С. Анализ внешнеторговой политики Российской Федерации и предложения по увеличению ее эффективности. Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2020. № 3 (387). С. 5-10.

3. Косикова Ю.А., Филатов В.В., Мишаков В.Ю. Теоретические аспекты построения государственной внешнеторговой политики РФ. Дизайн и технологии. 2021. № 81 (123). С. 95-99.

4. Любонько М.А., Шерстнев К.Г., Логунова Н.Ю. Влияние таможенных процедур на исчисление и уплату таможенных платежей. Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Инновационное развитие техники и технологий в промышленности», Ч.5, Москва, 2022

5. Мартиросян А.А., Бузулуцкая М.В. Перспективы развития межгосударственного регулирования в рамках Таможенного Союза. В сборнике: Актуальные проблемы экспертизы, технического регулирования и подтверждения соответствия продукции текстильной и легкой промышленности. Сборник научных трудов по материалам 2-го Круглого стола с международным участием. Москва, 2022. С. 183-187.

6. Нечаев Б.П., Косикова Ю.А., Довлятов В.С., Мамедов Р.М., Абулов Р.М. Пути оптимизации института таможенной экспертизы. В сб.: Актуальные вопросы товароведения, безопасности товаров и экономики. Сб. научных статей по итогам Всероссийской науч.-практ. конф. с межд. участием. Под ред. А.Н. Столяровой. 2018. С. 256-260.

7. Ормоцадзе Л.Г., Бузулуцкая М.В. Разработка системы мониторинга качества таможенных услуг. В сборнике: Актуальные проблемы



экспертизы, технического регулирования и подтверждения соответствия продукции текстильной и легкой промышленности. Сборник научных трудов по материалам 2-го Круглого стола с международным участием. Москва, 2022. С. 187-192.

8. Ошиткова Д.С., Бузулуцкая М.В. Перспективы развития межгосударственного регулирования в рамках Таможенного Союза. Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» Москва, 2022. С. 101-105

9. Постовой И.Р., Филатов В.В., Нечаев Б.П. Анализ рыночных принципов экономики таможенного дела. В сборнике: Сборник научных трудов Международного научно-технического Симпозиума «Экономические механизмы стратегического управления развитием промышленности» III Международного Косыгинского Форума «Современные задачи инженерных наук». Москва, 2021. С. 97-103.

10. Филатов В.В., Безпалов В.В., Мишаков В.Ю., и др. Моделирование бизнес – процессов в сфере внешнеэкономической и финансовой деятельности. Учебник, Москва, 2020.

© Парахина К.О., Филатов В.В., 2022

УДК 331

АНАЛИЗ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Пахомова О.С.

Научный руководитель Егорова Л.Э.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», Абакан*

Пандемия COVID-19 за считанные недели радикально изменила рынок труда в мире. Почти все страны столкнулись с серьезными проблемами. По некоторым прогнозам, число безработных из-за последствий карантинных мер составило около 25 миллионов человек. Кризис привел к сокращению 6,7% рабочих часов по всему миру во втором квартале 2020 года, что эквивалентно 195 млн. человек, работающих полный день. Существенные сокращения произошли в арабских государствах (8,1%; эквивалентно 5 млн. человек, занятых полный рабочий день), Европе (7,8%; эквивалентно 12 млн. человек) и Азиатско-Тихоокеанском регионе (7,2%; эквивалентно 125 млн. человек). На текущий момент полная или частичная приостановка работы предприятий затронула 81% от общего количества занятых в мире, составляющего 3,3 млрд. человек (табл. 1) [1].





Таблица 1 – Статистика по безработице в разных странах мира.

Страна	Уровень безработицы до пандемии	Уровень безработицы во время пандемии	Экономически активное население до пандемии, млн. чел.	Экономически активное население во время пандемии, млн. чел.
США [2]	3,7	8,9	163	161,2
Россия [3]	4,6	5,6	71,9	70,6
Германия	3,1	4,3	43	42,1
Китай [4]	3,6	3,8	786	785,7
Япония [5]	2,4	3,3	66	65,1
Великобритания	3,8	5,4	33,17	32
Франция	7,1	9	30	29,25
Бельгия	5,4	6,1	5,01	4,6
Швеция	6,8	8,7	4,89	4,55
Швейцария	2,3	2,3	5,173	4,87

В 2020 году по данным Международной Организации Труда в мире насчитывается 400 млн. безработных (10,7% населения планеты).

В Российской Федерации число безработных на 12.10.2020 г. выросло на 1,3 млн. в сравнении с данными на март, уровень безработицы достиг 6,4%. До пандемии уровень безработицы составлял 4,7%. «В сентябре 2020 года, по предварительным итогам выборочного обследования рабочей силы, 4,8 млн. человек в возрасте 15 лет и старше, или 6,3% рабочей силы классифицировались как безработные», – сообщается в документе Росстата.

К концу мая о сокращении штата заявили в 45% предприятий по всей стране. Больше всего от увольнений пострадали Москва, Санкт-Петербург и Московская область. Всего же с начала пандемии уволили 3,5 млн. сотрудников, из них около 500 тыс. в столице.

По данным столичного правительства, в апреле жители Москвы подавали по 10 тыс. заявок для оформления пособий по безработице; к июню рост существенно снизился.

В среднем по регионам безработица выросла за время пандемии на 30%. Наряду с Москвой, лидером по росту числа безработных стал Санкт-Петербург, где из-за строгих ограничительных мер уровень безработицы вырос с 1,4% до 2,7%, то есть на 93%. При этом Москва и Санкт-Петербург остаются регионами с самой минимальной безработицей в стране.

Самый высокий суммарный показатель неработающих во втором квартале 2020 года зафиксирован в Северной Осетии (39,8% от экономически активного населения), Тыве (36,8%), Дагестане (36,1%), Ингушетии (30,2%), Карачаево-Черкесии (24,8%), Бурятии (24,1%), Чечне (22,8%), Хакасии (21,7%), Кабардино-Балкарии (21,3%), Ненецком автономном округе (20,7%).

Всего правительство РФ выделило 200 млрд. руб. на поддержку безработных, включая выделенные дополнительно 35 млрд. руб. Для противодействия массовым сокращениям и обеспечения стабильности рынка труда в России осуществляются меры государственной поддержки: выплата социальных пособий и льгот; семьи, имеющие право на материнский капитал, могут за счет него получать по 5 тыс. на ребенка в месяц; выплаты 75 тыс. рублей труженикам тыла и ветеранам до мая;



увеличение пособий безработице с 8 до 12 тыс. руб.; предоставление «кредитных каникул» при падении доходов более, чем на 30%; увеличение выплат по больничному листу до одного МРОТа до конца года; отсрочка по налогам (кроме НДС) малому и среднему бизнесу [2].

Число официально зарегистрированных безработных в России за период пандемии увеличилось с 727000 до 3,6 млн., сообщает ТАСС со ссылкой на министра труда и социальной защиты Антона Котякова [3]. «Уровень безработицы по методике международной организации труда в России составляет 6,3%, то есть примерно 4,7 млн. граждан, находящихся в поиске работы. Рост по отношению к начальному периоду составил 35%», – рассказал министр.

Эксперты Минтруда изучили ситуацию на рынке труда, основываясь на данных, полученных в период коронавирусных ограничений. Самый высокий риск увольнений пришелся на транспортную отрасль сфер услуг, торговли, бытового обслуживания, административной и обеспечивающей работы. Меньшая степень увольнений приходится на тех, кто работает в сфере логистики, консалтинга, химической и топливной промышленности, металлургии. Общее число россиян, для которых сохранялась угроза увольнения, по данным Минтруда, составляла 0,4% от всех трудящихся. В России по найму работает около 54,3 млн. человек, то есть под угрозой сокращения примерно 217 тыс. граждан. Работники подразделений, которые собираются реорганизовать или переименовать, попадают под техническое сокращение. В таких случаях требуется «уволить» весь персонал и принять его тут же в подразделение, сменившее название. Минтруд рассказал, что в 2019 году под риском сокращения находилось в 4 раза больше россиян – 1,6% работающих. При этом основная часть из них как раз попадала под технические сокращения.

Рост безработицы произошел по следующим причинам:

1) люди чаще, чем прежде, стали регистрироваться в службе занятости в качестве безработных, поскольку с началом пандемии в России повысился размер пособия по безработице до уровня одного МРОТ; дополнительно к пособию зарегистрированным безработным выплачивается по 3 тыс. руб. на каждого ребенка до 18 лет;

2) возросло число уволенных по сокращению штатов в организациях в связи с пандемией;

3) упростился порядок регистрации безработных в государственной службе занятости (сокращение количества подтверждающих документов, возможность онлайн обращения в госслужбу, отмена обязательного личного обращения и обязательной регулярной отметки после постановки на учет).

Однако далеко не все могут воспользоваться мерами государственной помощи через службу занятости, так как, во-первых, многие фактически не



уволены, числятся в штате, не получая дохода; отправлены в неоплачиваемые отпуска; во-вторых, с частью работавших не заключались трудовые договоры, а нелегальная занятость лишала их права на получение пособия в полном размере. 70% от общего количества граждан, обратившихся в период эпидемии в центры занятости населения, имеют право лишь на минимальный размер пособия (5,8 тыс. руб.); по данным Росстата, в стране насчитывается 16 млн. самозанятых; в-третьих, недостаточная компьютерная грамотность отдельных групп населения не позволяет всем нуждающимся гражданам подать заявки в онлайн-формате [4].

Согласно экспертным оценкам Института социальной политики НИУ ВШЭ, весенний локдаун повлек за собой рост бедности до 19-20% от общей численности населения. За счет принятых антикризисных мер бедность удалось снизить до 16-17%, но сохранились и расширились сформировавшиеся еще до пандемии очаги бедности. В первую очередь, по мнению экспертов, речь идет о безработных, численность которых существенно выросла в период пандемии.

В целом по итогам апреля-августа 2020 года численность занятых сократилась сильнее, чем выросла безработица как в годовом, так и в ежемесячном выражении, отмечают в департаменте денежно-кредитной политики ЦБ. «Это произошло в том числе потому, что часть лиц, потерявших работу, прекратили ее поиски в условиях напряженной экономической ситуации», – констатируют аналитики ЦБ [5].

Список использованных источников:

1. Как пандемия COVID-19 за считанные недели радикально изменила рынок труда в мире [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2020/04/21/kak-pandemiia-covid-19-izmenila-rynok-truda-v-mire.html>

2. Меры господдержки // iz.ru URL: <https://protection.iz.ru/#rec175841450>

3. Число официально зарегистрированных безработных в России достигло 3,6 млн [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/9328165>

4. Уволенных по вирусу считают: в регионах фиксируют рост безработицы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://iz.ru/1003610/maksim-khodykin/uvolennykh-po-virusu-schitaiut-v-regionakh-fiksiruut-rost-bezrabortitcy>

5. Эксперты оценили число неработающих россиян на пике пандемии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/news/personnel/1020678.html>

© Пахомова О.С., 2022



УДК 332.01

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И МЕТОДЫ ИХ РЕШЕНИЯ

Пашкова Д.Д., Черникова О.П.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский государственный индустриальный университет», Новокузнецк

В современных условиях одной из крупнейших сфер экономики любой страны является торговля. Она занимает лидирующие позиции как по масштабу своей деятельности, так и по численности персонала, занятого в ней. Предприятия данной отрасли являются наиболее массовыми. Торговля оказывает прямое воздействие на уровень жизни населения и на развитие производства потребительских товаров. Она составляет 27% внутреннего валового продукта РФ.

На протяжении многих лет производители потребительских товаров оказывали большее влияние на рынок, чем организации розничной торговли. Однако несколько инноваций за последние два десятилетия переместили это влияние с производителей на розничных торговцев:

Усиление крупных розничных торговцев и концентрация у них всей покупательной способности (например, сеть розничных магазинов «Магнит» – один из лидеров розничных магазинов по итогам 2020 года, выручка которого составила 1,5 трлн. рублей, увеличившаяся на 13,3% по сравнению с предыдущем годом).

Розничные торговцы развивают свои внутримагазинные бренды, которые благодаря низкой цене и хорошему отношению к ним покупателей успешно конкурируют с брендами производителей товаров широкого потребления (например, каждая собственная марка магазина «METRO Cash&Carry» активно продвигается и имеет свою заслуженную целевую аудиторию: RIOBA – кафе и кофейни; ARO – фаворит магазинов для дома; SIGMA создана для офисов; METRO CHEF разработан для ресторанов и кафе, а также для тех, кто хочет готовить дома так же продвинуто, как и шефы на кухне).

У производителей в распоряжении остается меньше средств, которые они могут потратить на рекламу. Дело в том, что, если они хотят начать или продолжить продавать свои товары в розничных магазинах, крупнейшие ритейлеры требуют от производителей больше средств на торговлю и продвижение товаров.

Розничные организации сейчас имеют возможность использовать новые, более современные средства и методы торговли, а также способы поиска и обработки информации (собственные онлайн-приложения, штрих-коды, системы контроля посещаемости, рекламные интеграции, прямой



анализ прибыльности конкретного продукта: например, одним из ключевых направлений трансформации «Ленты» в 2020 году стала работа с инновациями – новыми продуктами, услугами и процессами, оказывающими качественное влияние на текущий бизнес компании. Для организации систематической работы с подобными инициативами в «Ленте» создан «Инновационный центр», который отвечает за изучение потребностей и ожиданий клиентов, а также отбор и тестирование проектов, способных улучшить предложение компании. Сейчас в проектном портфеле «Ленты» уже около 200 проектов, 60 из них находятся на стадии оценки бизнесом).

Также растущее воздействие ритейлеров обуславливается тем, что они взимают плату за хранение с производителей, которые продают свои товары через свои магазины, плату за продажу для покрытия расходов на использование торговых площадей, назначают штрафы за несвоевременную и неполную доставку и взимают отдельную плату за возврат непроданных или некачественных товаров от производителя.

Согласно данным на конец 2018 г. на территории РФ действовало 2550,5 тыс. предприятий розничной торговли, включая магазины всех видов.

На рис. 1 представлена видовая структура сети магазинов розничной торговли в конце 2018 г. Основная доля принадлежит магазинам товаров повседневного спроса, далее идут специализированные непродовольственные и специализированные продовольственные магазины, и самую малую нишу занимают супермаркеты и гипермаркеты.

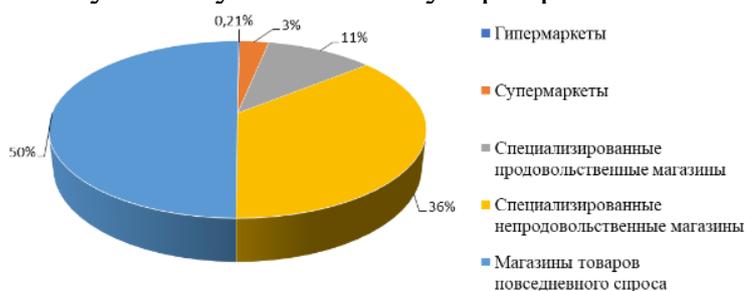


Рисунок 1 – Видовая структура сети магазинов розничной торговли в конце 2018 г.

При данной значимости организаций розничной торговли большинство из них при осуществлении своей деятельности сталкиваются с определенными трудностями, которые имеют негативный эффект на работе компании. К ним можно отнести следующие.

1. Проблема нехватки оборотных средств. Недостаток собственных оборотных средств возникает в том случае, если величина действующего норматива превышает сумму собственных и приравненных к ним средств. Он является, как правило, результатом неполного получения запланированной прибыли или неправомерного, нерационального ее



использования и других негативных факторов, возникших в процессе коммерческой деятельности организации. Недостаток собственных оборотных средств покрывается за счет средств самой организации, и прежде всего на его покрытие направляется часть чистой прибыли, остающейся в ее распоряжении.

Управляя оборотными средствами (в первую очередь, товарными запасами) в розничной торговле, необходимо достичь такого объема товарооборота, который смог бы обеспечить максимально возможную прибыль. Совершенствование применения оборотных средств, а также создание объективных условий для увеличения продаж товаров способствуют появлению важнейшего резерва повышения эффективности работы розничного торгового предприятия.

Для финансирования потребности в оборотных активах торговые предприятия часто увеличивают долю заемного капитала. Если она используется рационально, то выгода от использования заемных средств растет с ускорением оборачиваемости оборотных активов.

Основными направлениями повышения эффективности использования оборотных средств для предприятий торговли являются оптимизация производственных запасов и ассортимента реализуемых товаров за счет проведения маркетинговых исследований, повышение темпов и объемов реализации, налаживание отношений с поставщиками, совершенствование имеющихся и введение новых технологий продаж, использование безотходных или малоотходных технологий производства, повышение эффективности эксплуатации основного оборудования.

2. Проблема увеличения темпов роста издержек обращения. Издержки обращения представляют собой выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда, связанные с процессом продвижения товаров от мест производства к потребителю. При снижении издержек обращения появляется значительный резерв экономии средств в организации. Он достигается путем формирования оптимальной системы управления товарными ресурсами, снижения затрат на содержание убыточных магазинов, осуществления закупок в соответствии со спросом населения, эффективного использования основных средств, повышения производительности труда работников и их квалификации и расширения наиболее прогрессивных форм торговли.

Существуют следующие основные виды издержек обращения розничных компаний.

Расходы по заработной плате – расходы по заработной плате требуют их тщательного анализа и поиска резервов экономии, так как они охватывают существенную часть расходов розничных предприятий. При рассмотрении затрат на заработную плату сравнивают отчетные данные с плановыми показателями и данными за предыдущий период и выявляют



отклонения. Наличие превышения расходов на оплату труда говорит о необходимости выявления причины данного негативного явления и ее устранения.

Транспортные расходы – транспортные расходы составляют 20% от общей суммы издержек обращения. Это расходы на железнодорожные, водные, автомобильные и авиаперевозки. Их размер может зависеть как от поставщиков, так и от самих торговых предприятий. Снижение транспортных расходов можно обеспечить за счет рационального выбора вида транспорта, контроля топливного расхода, эффективного использования транспорта путем его полной загрузки, сокращения пробега без груза, увеличенного эксплуатирования прицепов, продажи товаров по образцам.

Расходы по содержанию основных фондов – здесь наибольший долю занимают затраты на аренду и содержание помещений. Изучение этих расходов производится на основе договоров, по которым проверяется верность установленных арендных ставок и начисления сумм амортизации в соответствии с утвержденными нормами.

Расходов, связанные с товарными запасами – в эту группу расходов входят издержки по хранению товаров, их упаковке, товарные потери, расходы и потери по таре, затраты на кредит. Данные расходы связаны с продолжением процесса производства в сфере обращения. Для их сокращения исследуется воздействие на эту группу расходов объема и структуры товарооборота, стоимость на упаковочные материалы, условия хранения, перемещения, фасовки, комплектования. При анализе размера потерь, которые планируются, следует учитывать средние нормы естественной убыли товаров, зависящие от сезонности, дальности и способов перевозки.

3. Проблема низкой платежеспособности широких слоев населения. На данную величину влияет ряд факторов: демографические изменения, стоимость на энергоносители, социально-политическая обстановка, место проживания. Сильное влияние оказывает размер налогов, сборов и различных коммунальных платежей, они уменьшают объем финансов, который люди готовы потратить на покупки. Когда их уровень высок, на рынке возникает ситуация с низкой покупательской способностью населения – интерес к большинству вещей сильно падает.

Анализ вышеперечисленных обстоятельств, в которых находится потенциальный покупатель, позволяет определить его платежеспособность. На основе проведенного анализа необходимо акцентировать внимание на характеристики выпускаемого товара: если платежеспособность населения действительно является низкой, то продукция должна немного уступать в качестве, но при этом будет иметь приемлемую цену для данной целевой аудитории.



4. Проблема товарного ассортимента. Предприятия розничной торговли регулярно сталкиваются с необходимостью быстрого реагирования на каждое изменение рыночной ситуации, что в первую очередь влияет на ассортиментный перечень товаров. Именно отношение потребителей к продукции определяет возможности существования и развития предприятия, поэтому повышение результативности управления товарным ассортиментом предприятия является одним из основных составляющих системы управления в розничной торговле.

Данную проблему можно решить проведением ассортиментной политики. Одной из основных задач ассортиментной политики компании розничной торговли является ее оптимизация. Формирование товарного ассортимента подразумевает разработку и установление ассортиментного перечня товаров в конкретной последовательности. Для установления основной категории товаров, которые способствуют формированию прибыли розничного предприятия, анализируется и оценивается эффективность имеющегося товарного ассортимента. Результаты процедур позволяют выбрать направления для корректировки товарной категории в случае получения их неудовлетворительных показателей.

5. Проблема недостатка квалифицированных кадров. Уровень квалификации персонала во многом влияет на эффективность розничной торговой компании. Неопытный или неподготовленный персонал в ходе работы будет сталкиваться со множеством трудностей, которые возникают в сфере розничной торговли. Также это может создать текучесть кадров и дополнительным расходам на поиск и подготовку новых сотрудников.

Работники могут самостоятельно выполнить подбор кадров из-за нехватки специалистов какой-либо сферы. При низком предложении на рынке работодатель может привлечь сотрудников различными преимуществами, например, высокой заработной платой, премиальными выплатами, выгодным социальным пакетом, предоставлением на различных базах отдыха и в санаториях, системой скидок на посещение спортивного комплекса, для семей с детьми – обеспечением мест в детском саду и прочими конкурентоспособными условиями труда. По мере необходимости может потребоваться повышение квалификации или переобучение новых сотрудников.

Реструктуризация внутри коллектива: этот метод не требует расширения штата компании, поиска новых специалистов. Работодатель может попытаться перераспределить рабочее время и выполняемые функции из числа нанятых сотрудников. При нерациональной реструктуризации внутри коллектива возможны увеличение нагрузки сотрудников, что может привести к конфликтным ситуациям, недовольствам подчиненных, ошибкам в перераспределении заработной платы.



Аутсорсинг – это передача организацией определенных задач или части функций стороннему исполнителю, действующей в нужной области, в полном объеме и под его ответственность на основании договора. Данный способ не связан с физическим перемещением персонала из компании-подрядчика в компанию заказчика, поэтому фактическое место работы для работника остается неизменным. При аутсорсинге заказчик может производить оценку только результат самой оказанной услуги, не затрагивая процесс деятельности работников исполнителя. Они не находятся под его контролем и управлением.

Аутстаффинг персонала. Смысл этого метода заключается в том, что, компания, желая сосредоточиться на основном бизнесе и не отвлекаться на различные кадровые проблемы, заключает договор с посреднической организацией, которая предоставляет ей штат работников. Эта посредническая организация является их законным работодателем и решает все рабочие моменты, связанные с подчиненными. К аутстаффинговой услуге персонала прибегают, когда необходимо юридически закрепить трудовую деятельность работника на территории работодателя, но при этом работодатель по каким-то причинам не хочет или не может официально устроить его в свой штат.

Аутсорсинг и аутстаффинг позволяют заказчику освободить финансовые, человеческие и организационные ресурсы для концентрации на профильной деятельности предприятия.

6. Проблема растущей конкуренции. Сегодня рынок розничной торговли насыщен коммерческими предприятиями разных форм, предоставляемых товаров и услуг и степеней обслуживания. Барьер проникновения на этот рынок достаточно высок. Поэтому новая концепция ритейлера, которая внедряется в его систему, должна иметь безусловные преимущества для потребителя по сравнению с имеющимися конкурентами. Все более актуальной становится проблема взаимоотношений между конкурентами при осуществлении предпринимательской деятельности. Желание развить свой бизнес должно сопровождаться рациональной локацией торгового предприятия, обеспечением эффективности капитальных вложений и способностью быстрого реагирования к изменениям в розничной торговле.

Для того, чтобы решить данную проблему, ритейлеры принимают различные меры по увеличению собственного товарооборота, то есть прибегают к стимулированию потребительского спроса или продаж.

Методы стимулирования продаж можно разделить на две группы:

Ценовые – к ним относятся скидки на товары, распродажи, акции, предоставление дисконтных и подарочных карт, купонов на покупку товаров со скидкой, возврат части средств после оплаты (кэшбэк);



Неценовые – к ним относятся программа лояльности покупателей, многоразовая упаковка, проведение дегустации и раздача образцов продукции (пробников), розыгрыши, дополнительные гарантии, выдача подарков за покупку товаров.

Данные меры детализируют, определяют целесообразность и оптимизируют процесс принятия управленческих решений с учетом их имеющихся показателей для условий ведения бизнеса конкретной организации.

Так как руководящему персоналу важно иметь оперативную и достоверную информацию об осуществляемых продажах, важную роль здесь играет грамотное построение учетно-аналитической системы внутри торговой компании. Эта система должна быть направлена на повышение результативности управления продажами товаров и полностью отвечать требованиям потребителей.

Таким образом, розничная торговля в настоящее время относится к успешному и динамично развивающемуся сектору экономики нашей страны. Учитывая эту благоприятную тенденцию, необходимо сказать, что на пути развития наблюдаются и негативные явления, которые ухудшают состояние потребительского рынка. Поэтому российским розничным торговым организациям стоит уделить повышенное внимание процессам функционирования собственных маркетинговых программ, направлять свои усилия на поддержание имеющей доли рынка, формирование репутации перед потребителями, создавать и поддерживать конкурентные преимущества, развивать корпоративную культуру предприятия.

Список использованных источников:

1. Айзинова И.М. Розничная торговля в РФ в системе экономических и социальных координат. [Электронный ресурс] // КиберЛенинка: научн. электрон. библиот. 2012. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/roznichnaya-torgovlya-v-rf-v-sisteme-ekonomicheskikh-i-sotsialnyh-koordinat-chast-ii-roznichnaya-torgovlya-i-blagosostoyanie-naseleniya/viewer> (дата обращения: 03.04.2022).

2. Нифонтов А.И., Кушнеров Ю.П., Черникова О.П. Оптимизация закупочной деятельности угледобывающих предприятий // Организатор производства. 2015. № 4 (67). С. 35-43.

3. Довтаев С-А.Ш. Методы стимулирования продаж товаров в розничной торговле. [Электронный ресурс] // КиберЛенинка: научн. электрон. библиот. 2012. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-stimulirovaniya-prodazh-tovarov-v-roznichnoy-torgovle/viewer> (дата обращения: 01.04.2022).

4. Иванова О. В. Проблемы современной розничной торговли. [Электронный ресурс] // Евразийское научное объединение: электрон. научн. журн. 2015. URL: <https://esa-conference.ru/wp->



content/uploads/files/pdf/Ivanova-Olga-Viktorovna.pdf (дата обращения: 05.04.2022).

5. Селезнева Е.Ю. Розничная торговля: проблемы, тенденции и перспективы развития. [Электронный ресурс] // КиберЛенинка: научн. электрон. библиот. 2012. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/roznichnaya-torgovlya-problemy-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya-1/viewer> (дата обращения: 01.04.2022).

6. Щеголев А.Е., Щеголева Э.Н., Щеголев А.А. Экономико-статистический анализ современного состояния розничной торговли. [Электронный ресурс] // КиберЛенинка: научн. электрон. библиот. 2012. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomiko-statisticheskij-analiz-sovremennogo-sostoyaniya-roznichnoy-torgovli-v-rossii> (дата обращения: 01.04.2022).

7. Статникова М.С. Достоинства и недостатки аутсорсинга бизнес-процессов предприятия // Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке. Сборник научных статей IV международной научно-практической конференции. 2018. С. 266-269.

8. Гребнева А.А. Современные тренды в оптимизации затрат организаций // Наука и молодежь: проблемы, поиски, решения. труды Всероссийской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Новокузнецк, 2020. С. 18-21.

© Пашкова Д.Д., Черникова О.П., 2022

УДК 3977

СИСТЕМА НАСТАВНИЧЕСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Перфильева А.М.

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

На сегодняшний день для большинства компаний главная ценность – это их персонал, и одним из приоритетных направлений работы в таких компаниях является создание и развитие системы адаптации.

Для того чтобы работа новых сотрудников была продуктивной с самых первых дней, необходимо продумать систему адаптации таким образом, чтобы она позволяла новым сотрудникам в короткий срок перенимать опыт у коллег и максимально эффективно погружаться в работу [1]. Одним из инструментов для решения этой проблемы выступает система наставничества.

Разберем основные понятия.



Адаптация нового сотрудника – процесс приспособления сотрудника к новой среде: к деятельности/задачам (работе) и к компании/команде (людям). Как правило, правильно выстроенная система адаптации помогает максимально быстро сделать новичка эффективным [2].

По мнению Юрасова И.А. система адаптации имеет две фактора: «адаптация для себя, для работника» и «адаптация для компании». Два этих аспекта взаимосвязаны, но у них различные цели. Для первого характерно формирование в минимально сжатые сроки имиджа профессионала; для второго – приобретение максимально управляемого сотрудника [3]. Период адаптации может длиться от 1 месяца до 1 года, всё зависит от человека и сложности работы. Сам период адаптации тесно связан с испытательным сроком.

Испытательный срок – ограниченный период времени, в течение которого, с одной стороны, организация проверяет соответствие сотрудника поручаемой работе, а с другой стороны, сотрудник оценивает, насколько предложенная работа является для него подходящей [4].

Прежде чем раскрыть тему системы наставничества при адаптации персонала разберёмся с самим термином «наставничество».

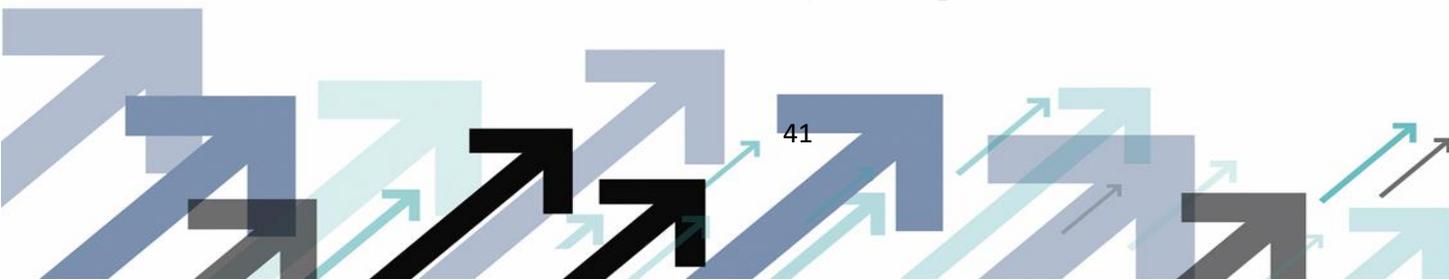
Наставничество – практический инструмент адаптации новых сотрудников, который позволяет сократить время освоения новичка в новой среде и культуре и грамотно распределить нагрузку на руководителя, наставника и команду в целом в период адаптации нового сотрудника [4].

Климашин И.А. дает такое определение наставничеству: «Наставничество – процесс назначения в помощь новому специалисту опытного сотрудника со стажем работы в компании более двух лет, который делится своим профессиональным опытом, консультирует, дает советы, отвечает на вопросы, корректирует процесс адаптации, помогает во время прохождения испытательного периода» [5].

Наставничество в организации фокусируется на работе с новичками и опытными сотрудниками. Это два разных направления, за которые отвечают разные люди. Новичков необходимо адаптировать к новой должности и привлечь к самостоятельной работе, а опытным сотрудникам необходимо помочь повысить производительность.

У системы наставничества следующие задачи: осуществление средств для развития творческих возможностей; оказание помощи специалисту в овладении и реализации возложенных на него функций; оказание помощи при адаптационном процессе в изучении корпоративной культуры, закреплённой в компании.

Наставничество новых сотрудников в компании осуществляется в три этапа. В зависимости от задач они могут быть разбиты на подзадачи.





Знакомство. Здесь важно разделить роль руководителя и наставника. Руководитель отвечает за весь отдел и не может регулярно отвлекаться на вопросы. Поэтому первичную адаптацию берет на себя наставник.

Обучение. У новичка обязательно появятся вопросы, некоторые из них лучше разобрать вместе с наставником. Как правило, они касаются внутреннего документооборота, взаимодействия отделов и технологий работы. Наставнику необязательно лично разбирать каждый вопрос, но он обязан выстроить процесс так, чтобы новый сотрудник получил оперативный ответ. Процесс обучения может длиться долго: неделю, месяц или несколько. Это зависит от сложности самой работы и качества адаптации.

Контроль. Этот блок позволяет понять, насколько хорошо новый сотрудник применяет знания на практике. В зависимости от специальности контроль строится по-разному. Например, в отделе продаж качество работы контролируется посредством выполнения плана и конкретных показателей: чистое время телефонных разговоров, время транзакции, конвертация из счетов-фактур в оплаченные и т.д. [5].

Говоря о системе, наставничества важно разделять роли в этом процессе. Выделяют три основных роли: руководитель, наставник и новый сотрудник [6]. Разберём основные задачи в каждой роли.

Руководитель ставит задачи, контролирует результат и несёт ответственность за прохождением сотрудником испытательного срока.

Наставник является связующим звеном между руководителем и новым сотрудником, помогает обеим сторонам – и руководителю, и новому сотруднику. Наставнику важно помочь новичку встроиться в новую рабочую среду, или новую профессиональную область, также важно помочь сотруднику адаптироваться, освоиться в новой социальной среде. Так новичок сможет быстрее показывать первые результаты, сможет раскрыться.

Новичок, обладая определенными знаниями и опытом, а также мотивацией к новой работе, старается как можно скорее постичь специфику новой среды, влиться в коллектив и стать полноценным членом команды.

Если рассмотреть наставничество с точки зрения ценности: снижается нагрузка в связи с обучением новичка; ускоряется процесс адаптации новых сотрудников; унифицируется процесс адаптации новичков; сохраняется и поддерживается экспертиза внутри команды; является инструментом мотивации наставников; команда становится сплоченной, поддерживается культурные традиции.

Таким образом, выстроенная система наставничества играет довольно большую роль в процессе адаптации новых сотрудников. В результате внедрения в организации «наставника», положительный эффект получают все: сотрудники-наставники, поскольку они становятся наиболее опытными



и квалифицированными и руководство организации, так как оно получает наиболее высокие результаты работы от своих сотрудников.

Список использованных источников:

1. Панфилова, А. П. Игротехнический менеджмент. Интерактивные технологии для обучения и организационного развития персонала / А.П. Панфилова. - М.: ИВЭСЭП, Знание, 2019. - 536 с.
2. Бачин Д.А. Наставничество как метод обучения и развития персонала. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2014/04/32311>.
3. Юрасов, И.А. Социальная технология адаптации по-русски. Управление персоналом. – 2014 – №13. – С.32–38.
4. Адаптация персонала в организации. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://kadriuem.ru/adaptacija-personala>.
5. Климашин, И.А. Адаптация: методика, технология, статья HR-Portal 2013 – С. 3.
6. Адаптация персонала. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/rubric/56928-adaptatsiya-personala>.
7. Семина А.П., Федотова М.А., Тихонов А.И. Обучение персонала в современных компаниях: проблемы и новые направления // Московский экономический журнал. 2016. № 3. С. 33.

© Перфильева А.М., 2022

УДК 338.3

К ВОПРОСУ ВЫБОРА ЭФФЕКТИВНОЙ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Песчанникова А.Р.

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

В условиях усиления конкуренции и неопределенности внешней среды в России руководители предприятий и менеджеры поставлены в положение поиска адекватных рычагов и инструментов повышения конкурентоспособности предприятий [1]. Конкурентоспособность – интегральный показатель, отражающий преимущество предприятия, которое улучшает его позиции на рынке по отношению с другими организациями, поставляющими на рынок аналогичную продукцию [2]. На сегодняшний день существует несколько точек зрения на формирование конкурентоспособности предприятия. Так как обеспечение конкурентного преимущества обеспечивается поведением организации на рынке,



методологические подходы к формированию конкурентоспособности предприятия формулируются в виде стратегий.

М. Портер [3] в систематизации конкурентных стратегий опирается сразу на 2 основания: размер рынка (широкий либо узкий) и тип конкурентной стратегии (преимущество в затратах либо преимущество в продукте). Следовательно, классификация представляет собой матрицу размером 2 на 2 и включает 4 стратегии.

Для первой стратегии, «Лидерства в издержках», характерно применение на широких рынках и целеполагание на достижение преимущества в затратах. Этот способ подразумевает максимально возможное снижение себестоимости производства, которое влечёт за собой рост прибыли. Применить стратегию лидерства в издержках можно двумя способами. Во-первых, установить цену ниже, чем у конкурентов, что привлечёт всех покупателей, чувствительных к цене. Во-вторых, установить цену на одном уровне с конкурентами и вложить сверхприбыль в маркетинг.

Вторая конкурентная стратегия, «Дифференциация», используется на широких рынках и нацелена на получение преимущества в продукте. Следуя этой стратегии, предприятия предлагают потребителю товар лучший, чем у конкурентов, по любому параметру или сочетанию параметров, кроме цены. Задача предприятия, придерживающегося стратегии дифференциации, – сделать продукцию предприятия уникальной и тем самым оказаться вне досягаемости конкурентов.

«Фокус на издержках» – третья конкурентная стратегия, применяется предприятиями на узких рынках и направлена на достижение преимущества в затратах. При использовании «Фокуса на издержках» компания сосредотачивается на максимальное удовлетворение потребностей узкой группы потребителей с помощью управления ценовыми факторами.

4 группа стратегий, «Фокус на дифференциации», подходит для использования на узких рынках и нацелен на получение преимущества в продукте. Также, как и «Фокус на издержках», «Фокус на дифференциации» подразумевает акцент на удовлетворении нужд небольшого круга потребителей, но уже с помощью неценовых характеристик товара.

Классификация конкурентных стратегий с точки зрения Ф. Котлера [4] основана на объёме инвестиций в формирование сильной конкурентной позиции.

Стратегия создания бизнеса основывается на увеличении доли рынка, принадлежащей организации. Такой метод требует объёмных финансовых вложений, при этом в краткосрочной перспективе доход компании снижается, а в долгосрочной – вложения окупаются и приносят финансовую стабильность.



Стратегия удержания применима к предприятиям с высоким уровнем прибыли. Цель стратегии удержания – как можно дольше удерживать за организацией имеющуюся долю рынка.

Стратегия «сбора урожая» подразумевает вывод товара с рынка и сокращение уровня инвестиций в продукцию. С помощью этой стратегии предприятие на короткий срок увеличивает денежный поток.

Стратегия деинвестирования направлена на ликвидацию бизнеса и эффективна в условиях необходимости оперативно перенаправить инвестиции в более прибыльные проекты.

Согласно подходу Дж. Траута и Э. Райса [5], различают 4 типа конкурентных стратегий: оборонительная война, наступательная война, фланговая война, партизанская война. Признаками классификации в данном случае выступают размер компании и её текущая рыночная позиция. В комплексе 4 стратегии образуют «стратегический квадрат» - универсальную методологическую концепцию формирования конкурентоспособности, применимую в условиях любой отрасли.

Оборонительная война подходит для применения крупными компаниями, занимающими лидирующие позиции. Согласно этой стратегии, много внимания компания должна уделять маркетингу и стремиться завоевать расположение основной доли потребителей. Кроме того, необходимо регулярно заменять устаревшую продукцию на рынке новой. Наконец, большое значение предприятие-лидер рынка должно уделять постоянному мониторингу экономической среды и прогнозированию поведения конкурентов.

Наступательная война применяется для предприятий-преследователей: они способны наносить удары конкурентной позиции лидера рынка и стремятся занять его место. Для формирования конкурентоспособности преследователь должен внимательно следить за действиями лидера рынка, найти слабое место в его оборонительной стратегии, а затем спланировать и нанести один точный, но сильный удар в как можно более узкой области.

Стратегия ведения фланговой войны разработана для организаций, занимающих средние позиции на рынке. Основная цель компании во фланговой войне – найти свободную рыночную нишу и присоединить её к своей доле. При этом сопутствующие маркетинговые исследования должны сохраняться в тайне от конкурентов, так как борьба с соперниками за рыночную нишу в самом начале её освоения может значительно снизить эффективность манёвра.

Партизанская война – стратегия для небольших предприятий. Согласно стратегии, доля рынка маленькой компании должна быть такого размера, чтобы компания могла защитить её от конкурентов. Также эта стратегия предусматривает для организации возможность оперативно



перейти на другой рынок: начать предлагать потребителю другую продукцию или переместиться в другое место. Такая возможность должна быть использована в случае резкого изменения ситуации на рынке в худшую сторону.

Ещё один методологический подход к формированию конкурентоспособности предложен японцем Кеничи Омае [6]. Этот подход строится на «стратегическом треугольнике», состоящем из Компании, Клиента и Конкурентов. Управление первой составляющей «стратегического треугольника» строится по следующим принципам:

компания должна вкладывать ресурсы только в приоритетные направления развития;

в стремлении добиться снижения издержек на производство компания должна сделать обоснованный выбор между использованием собственных производственных мощностей или наймом подрядчиков для выполнения некоторых операций, что позволит оперативнее менять объём поставляемой на рынок продукции в соответствии с изменениями спроса;

для повышения эффективности затрат должны применяться: более избирательный подход к выбору приоритетных направлений экономической деятельности или использование схожих ключевых функций у нескольких бизнес-единиц компании.

Вторая составляющая «стратегического треугольника», Клиент, подразумевает приоритет нужд потребителей над нуждами других сторон, заинтересованных в деятельности предприятия.

Третья составляющая, Конкуренты, предполагает дифференциацию предприятия от соперников на рынке путём управления показателями организации, не связанными с характеристиками поставляемой на рынок продукции.

У. Чан Ким и Рене Моборн [7] на основе обширных аналитических исследований разработали стратегию голубого океана – методологический подход к формированию конкурентоспособности предприятия, основанный на создании свободной от конкурентов среды. «Голубыми океанами» исследователи называют не сформировавшиеся на сегодняшний день отрасли экономики. «Голубым океанам» противопоставляются «красные океаны» – сложившиеся отрасли с чётко очерченными границами, где компании конкурируют друг с другом за расширение своей доли рынка. «Голубые океаны» создаются самими предприятиями внутри «красных» путём дифференциации продукции за счёт фокусировки на вторичных потребительских свойствах производимой продукции, введении эффективной системы менеджмента качества, а также удовлетворением потребностей нескольких групп потребителей одним видом продукции. Также возникновение «голубых океанов» можно инициировать путём создания инновационной продукции.



Выбор наиболее эффективного способа формирования конкурентной позиции предприятия складывается из анализа множества показателей: тип конкурентного преимущества, размер рынка, объём инвестиций, необходимых для реализации способа, текущая конкурентная ситуация на рынке, система управления предприятием и другие. Однако, среди описанных выше методологических подходов к формированию сильной конкурентной позиции предприятия только стратегия голубого океана учитывает уровень инновационного развития отрасли. Следовательно, можно сделать вывод об актуальности применения стратегии голубого океана в условиях Индустрии 4.0.

Важно подчеркнуть, что для эффективного функционирования конкурентная стратегия предприятия должна быть чёткой, что не позволяет одновременно применять несколько методологических подходов в рамках одного субъекта экономики.

Список использованных источников:

1. Черников А. В. Конкурентоспособность предприятия: понятие и этапы развития // Современная конкуренция. 2008. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-predpriyatiya-ponyatie-i-etapy-razvitiya> (дата обращения: 10.05.2022).

2. Чулакова Юлия Александровна Стратегия конкурентоспособности предприятия // Евразийский Союз Ученых. 2015. №6-2 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-konkurentosposobnosti-predpriyatiya> (дата обращения: 10.05.2022).

3. Портер Е. Майкл Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / СПб.: Питер, 2006

5. Дж.Траут, Э.Райс. Маркетинговые войны пер. С. Жильцов СПб, Издательский дом "Питер", 2000

6. Кеничи Омае. Мышление стратега: Искусство бизнеса по-японски. М.: Изд-во Альпина Бизнес Букс, 2007 г.

7. У. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегия голубого океана. Как создать свободную нишу и перестать бояться конкурентов. М: Ниппо, 2005 г.

© Песчанникова А.Р., 2022



УДК 332.1

ВЛИЯНИЕ СИСТЕМЫ РАССЕЛЕНИЯ В РЕГИОНЕ НА ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ

Антонов М.П., Пилипенко В.А.

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

Одной из угроз современной экономической безопасности регионов Российской Федерации является чрезмерная концентрация населения в крупных городах. Данная тенденция обладает двойственным эффектом, поскольку до определенного уровня рост концентрации населения позволяет получать преимущества за счет проявления агломерационного эффекта. Однако чрезмерная концентрация населения в крупных городах может привести к нарастанию различных проблем экономической безопасности субъектов РФ.

Одной из проблем экономической безопасности Самарской области является недостаточное развитие внутрирегиональных, межрегиональных и экономических связей для обеспечения необходимого уровня экономической безопасности [1]. На качество экономических отношений внутри региона непосредственно влияет система расселения, концентрация населения в различных муниципальных образованиях, что связано как с непосредственной деятельностью хозяйственных субъектов, так и с возможностями муниципальных бюджетов.

Оценить влияние системы расселения в регионе на его экономическое развитие позволяют различные законы: закон Ципфа, закон Гибрата, кривая Лоренца, подход Кристаллера. Авторами в качестве метода исследования был выбран закон Ципфа, поскольку закон Ципфа проявляет себя на практике гораздо точнее, чем иные закономерности распределения населения [5]. Сущность закона Ципфа заключается в том, что оптимальная численность населения некоторого города равна отношению численности населения самого крупного города к рангу искомого города [2].

Для применения закона Ципфа были взяты данные о численности населения на начало года по муниципальным образованиям Самарской области, Республики Татарстан, Нижегородской области и Республики Башкортостан в период 2010-2020 гг. Население исследуемых регионов Приволжского федерального округа (ПФО) в 2020 году составляло 48,9% от всей численности населения Приволжского федерального округа. Данные регионы также обладают наиболее крупными экономиками на основании оценки валового регионального продукта (ВРП), на их долю приходится около 56,3% от суммарного ВРП всех субъектов ПФО (табл. 1).



Таблица 1 – Показатели численности населения и объема ВРП в крупнейших регионах Приволжского федерального округа, 2020 г. [4]

Субъект	Численность населения,		ВРП	
	тыс. человек	в % к численности населения ПФО	млрд. рублей	в % к ВРП субъектов ПФО
Самарская область	3 179,03	10,9	1510,5	12,1
Республика Татарстан	3 902,64	13,3	2469,2	19,8
Нижегородская область	3203,82	10,9	1367,5	11,0
Республика Башкортостан	4037,81	13,8	1673,7	13,4

Для анализа сбалансированности распределения населения в исследуемых субъектах ПФО были рассчитаны фактическая и идеальная доля населения для каждого муниципального образования на основании данных о фактической численности населения и ранге муниципального образования. Ранг каждому муниципальному образованию присваивался в зависимости от численности населения (шкала обратная; чем меньше ранг, тем больше население, например, самая большая численность населения у ранга 1). Закон Ципфа позволяет оценить отклонение системы расселения по муниципальным образованиям при разделении муниципалитетов по численности населения на крупные; средние; малые [2].

В табл. 2 представлены идеальные доли численности населения по группам муниципальных образований в соответствии с рангом муниципалитетов. Сравним идеальные и фактические доли каждой группы в 2020 году для Самарской области, Республики Татарстан, Нижегородской области и Республики Башкортостан.

Таким образом, крупные муниципальные образования Самарской области в 2020 году имеют фактическую долю в 83,6%, что выше идеальной (73,9%) примерно на 9,7 п.п. При анализе сбалансированности расселения в Самарской области было установлено, что в регионе наблюдается чрезмерный уклон в сторону избыточной концентрации населения в группе крупных муниципалитетов с одновременной нехваткой населения в группах средних и малых муниципальных образований. Аналогичная ситуация наблюдается в Республике Татарстан и Нижегородской области. В Республике Татарстан крупные муниципальные образования имеют фактическую долю на 4,2 п.п. больше, чем идеальная, а в Нижегородской области – на 5,8 п.п.

Таблица 2 – Идеальная доля групп муниципальных образований в общей численности населения по Самарской области, Республике Татарстан, Нижегородской области и Республике Башкортостан в 2020 г., % [4]

Субъект	Группировка	Муниципальные образования		
		Крупные	Средние	Малые
Самарская область	Идеальное распределение	73,9	17,0	9,1
	Фактическое распределение	83,6	11,2	5,2
Республика Татарстан	Идеальное распределение	75,5	15,4	9,1
	Фактическое распределение	79,7	13,5	6,8
Нижегородская область	Идеальное распределение	75,8	15,6	8,6
	Фактическое распределение	81,6	12,0	6,4
Республика Башкортостан	Идеальное распределение	76,3	15,0	8,7
	Фактическое распределение	73,5	16,6	9,9



В Республике Башкортостан наблюдается обратная ситуация: отсутствие уклона концентрации населения в крупных муниципальных образованиях. Идеальная доля численности населения в крупных муниципальных образованиях для Республики Башкортостан составляет 76,3%, в то время как фактическая доля лишь 73,5%, что на 2,8 п.п. меньше. Таким образом, в средних и малых муниципальных образованиях Республики Башкортостан проживает большая доля населения, чем в идеальной ситуации, определенной с помощью закона Ципфа. Несмотря на то, что административный центр региона и наиболее крупное муниципальное образования по численности населения – г.о. Уфа обладает высокой фактической долей населения (28,3%) по сравнению с идеальной долей (21,2%), наблюдается недостаток населения в крупных муниципальных образованиях Республики Башкортостан. Данный факт, главным образом, обусловлен тем, что другие крупные муниципальные образования (г.о. Стерлитамак, г.о. Салават, г.о. Нефтекамск) обладают фактической долей населения на 8,8 п.п. меньше по сравнению с рассчитанной идеальной долей.

Исходя из того, что известны идеальные доли каждого муниципального образования по закону Ципфа, можно построить графики, показывающие фактическое и идеальное распределение населения Самарской области в 2010 и 2020 годах (рис. 1-2).

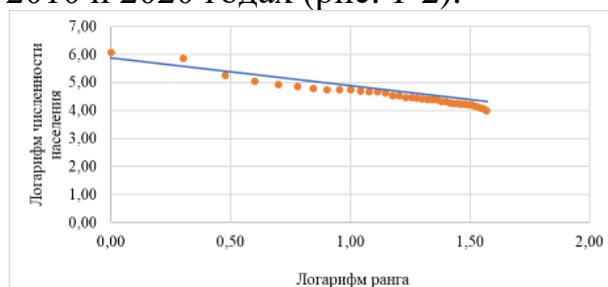


Рисунок 1 – Распределение населения по закону Ципфа в Самарской области в 2010 году

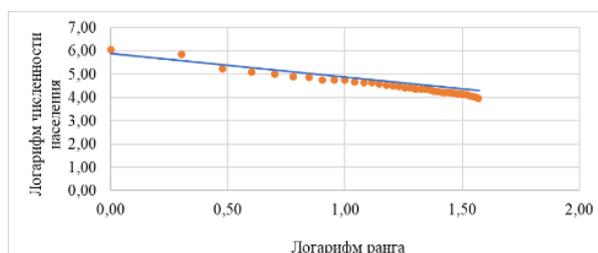


Рисунок 2 – Распределение населения по закону Ципфа в Самарской области в 2020 году

В 2010 году в Самарской области лишь г.о. Самара и г.о. Тольятти обладали большей фактической долей населения по сравнению с идеальной долей. Таким образом, чрезмерная концентрация населения Самарской области наблюдается в двух крупнейших городах Самарско-Тольяттинской



агломерации. Самарско-Тольяттинская агломерация концентрирует в себе более 80% производственного потенциала Самарской области, что определяет ее важнейшее значение в социально-экономическом развитии региона [3].

Фактическое распределение населения в 2020 году по сравнению с 2011 годом было дальше по сравнению с оптимальным распределением населения. Представим в виде таблицы 3 коэффициенты Ципфа для каждого года, полученные из регрессионного уравнения, для каждого года по всем исследуемым субъектам ПФО. Если модуль значения коэффициента Ципфа больше 1, то присутствует концентрация населения в крупных городах. Если модуль значения коэффициента Ципфа, то присутствует концентрация населения в средних и малых городах [2].

Таблица 3 – Тестирование закона Ципфа для муниципальных образований для исследуемых субъектов ПФО [4]

Год	Самарская область	Республика Татарстан	Нижегородская область	Республика Башкортостан
2010	-1,16	-1,05	-1,03	-0,82
2011	-1,17	-1,05	-1,04	-0,84
2013	-1,17	-1,06	-1,03	-0,84
2014	-1,18	-1,06	-1,05	-0,85
2015	-1,18	-1,07	-1,05	-0,86
2016	-1,19	-1,07	-1,06	-0,87
2017	-1,19	-1,08	-1,06	-0,87
2018	-1,20	-1,08	-1,07	-0,88
2019	-1,20	-1,09	-1,07	-0,88
2020	-1,21	-1,09	-1,08	-0,89

Динамика коэффициента Ципфа за период 2010-2020 гг. показывает снижение отклонения от оптимального значения (-1) лишь в Республике Башкортостан, что говорит о том, что система расселения в регионе становится более сбалансированной. Система расселения Республики Башкортостан становится все более сбалансированной, то есть численность населения в крупных городах продолжает увеличиваться. В Самарской области, Республике Татарстан, Нижегородской области наблюдается увеличение отклонения от оптимального распределения населения по муниципальным образованиям, что сопровождается повышенной концентрацией населения в крупных муниципальных образованиях данных субъектов.

Далее выясним, существует ли функциональная зависимость между сбалансированностью системы расселения и темпами роста ВРП на душу населения в ценах предыдущего года для исследуемых регионов. В качестве факторной переменной выступает модуль отклонения коэффициента Ципфа от его оптимального значения (-1), в качестве результирующей – темпы изменения ВРП [2]. Полученные линейные регрессионные уравнения представлены в формулах (1-4):

$$\text{Темп роста ВРП (Самарская область)} = 1,32 - 1,64 * a \quad (1)$$

$$\text{Темп роста ВРП (Республика Татарстан)} = 1,009 - 0,14 * a \quad (2)$$

$$\text{Темп роста ВРП (Нижегородская область)} = 1,072 - 0,77 * a \quad (3)$$



Темп роста ВРП (Республика Башкортостан) = $0,9 + 0,88 * a$ (4)

Согласно полученным уравнениям для Самарской области, Республики Татарстан, Нижегородской области установлен факт, что чем больше уклон системы расселения по закону Ципфа в сторону избыточной численности населения крупных муниципалитетов, тем ниже темпы роста ВРП на душу населения в год. Для Самарской области данное уравнение является значимым с вероятностью 98%, для Нижегородской области – 80%, а для Республики Татарстан – лишь на 16%. Стоит отметить, что в Республике Татарстан на темпы роста ВРП на душу населения большее влияние оказывают иные факторы, так как коэффициент детерминации равен лишь около 1%. Если бы система расселения в Самарской области и Нижегородской области была идеально сбалансирована, то темпы роста ВРП на душу населения были бы, согласно полученным моделям, равны 132% и 107,2% в год соответственно. Для Республики Башкортостан было установлено, что при условии приближения системы расселения к идеальной, рост ВРП будет составлять лишь 90%, то есть в экономике региона будет наблюдаться рецессия.

Таким образом, государственным органам исследуемых регионов необходимо обратить внимание на поддержание и рост численности населения в средних и крупных муниципальных образованиях, поскольку дальнейшая концентрация человеческих ресурсов в крупных городах будет приводить к снижению темпов экономического роста.

Список использованных источников:

1. Агаева, Л.К. Оценка экономической безопасности Самарской области / Л.К. Агаева, Е.А. Курносова // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2017. – № 3 (30). – С. 5-11.

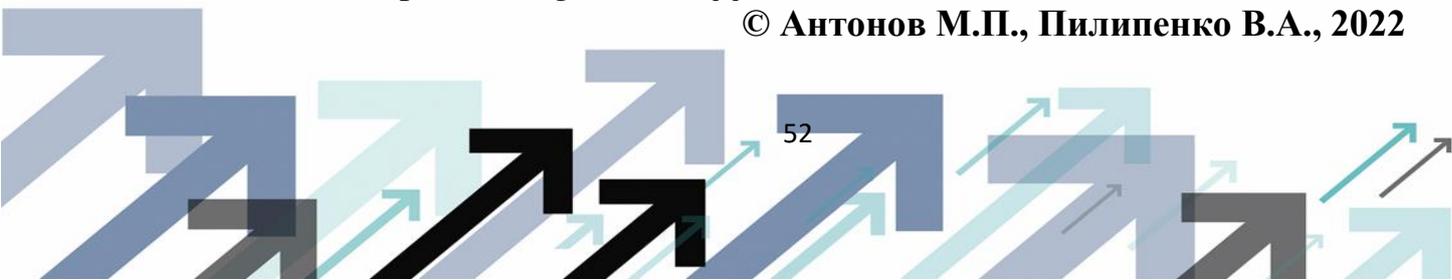
2. Павлов, Ю.В. Баланс системы расселения региона: оценка по закону Ципфа и влияние на региональное развитие // Вопросы территориального развития. – 2020. – Т.8. – №2 – С. 1-14.

3. Цыбатов, В.А. Реформа модели управления Самарско-Тольяттинской агломерацией / В.А. Цыбатов, Ю.В. Павлов, С.П. Бортников // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2019. – №12(182). – С. 38-45.

4. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. - Москва. – Обновляется в течение суток. - URL <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 03.12.2021). - Текст: электронный.

5. Farrell K., Nijkamp P. The evolution of national urban systems in China, Nigeria and India. Journal of Urban Management, 2019, vol. 8, iss. 3, pp. 408–419. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jum.2019.03.003>.

© Антонов М.П., Пилипенко В.А., 2022





УДК 31

ПРОЦЕСС ПОТРЕБЛЕНИЯ КАК ЭКОНОМИКО-СОЦИАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Полякова А.А., Носова Д.А.

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

Данная тема актуальна в наши дни, так как процесс производства достиг в эпоху постиндустриального общества за счет развития науки и внедрения инноваций в производственную деятельность своего пика. А производство идет в ногу с потреблением. Нарастание темпов производства ведет и к повышению уровня потребления. При этом данное явление отражается не только в экономической сфере, но и в социальной. В данной статье рассматривается влияние потребления на социум и на поведение индивидов в нем.

Изучая данные понятия, стоит рассмотреть классический подход, в соответствии с которым индивидуальные и социальные проблемы уровня и качества жизни возникают из-за чрезмерно низкой степени потребления. Однако наряду с этим господствующим утверждением, очевидно, и обратное ему утверждение. Слишком большая степень потребления порождает проблематику, обладающую социально-структурной, культурной, а также психосоциальной природой.

Данная статья посвящена концептуальному переосмыслению актуальной проблемы формирования сферы потребления, а также ее воздействия на образ действий людей, проектирование образа собственного Я. Цель этой работы представляет раскрытие отличительных черт воздействия потребительского поведения на социальное одобрение в капиталистическом обществе.

Результат работы состоит в раскрытии степени потребления, определении потребительских целей и мотивов, учете ценностных ориентаций, оказывающих большое влияние на выбор товара. Материал может быть использован с целью моделирования социально-экономического и культурного развития социума, в совершенствовании процесса потребительской социализации.

Проблематика возникновения побочных эффектов экономического роста наравне с увеличением степени потребления с давних пор беспокоит научные круги. Можно привести, к примеру, работы «Новое промышленное общество» Дж. Гэлбрейта (1967 г.), «Теорию праздного класса» Т. Веблена (1934 г.), «Иметь или быть?» Э. Фромма (1976 г.) и др.



В настоящий момент существуют определенные причины рассуждать о достижении культуры потребления качественно нового этапа собственного развития. Трансформационное свойство выражается, в частности, в переходе от массового стандартно-нивелированного потребления к постмодернистским (индивидуализированным) эталонам потребительского поведения; в возрастании числа информационных услуг в совокупном объеме пользования; в автономизации потребительской среды.

Регламентирование допуска к потребительской среде представляется ключевым поведенческим регулятором. Отклонением, в большинстве случаев, становится так называемое «выпадение» из области «необходимого и надлежащего» потребления. Это может проявляться в неспособности или нежелании к приложению средств для обеспечения достаточной активной потребительской деятельности. К примеру, ограниченность или вовсе неспособность потребления услуг фитнес-индустрии, а также коммерческой (частной) медицины является нарушением гигиенических, эстетических, а также других норм, имеющих отношение к области обеспечения медицинской безопасности человека (косметология, пластическая хирургия, диетология и др.), а также ведения здорового образа жизни (употребление БАД). В Российской Федерации зарегистрировано стремительное увеличение спроса на сервис фитнес-клубов равным образом, как и спорткомплексов [1].

Внимание к состоянию здоровья, гигиене, внешнему виду становится не только лишь прибыльным делом и индустрией, но и сильным экономико-социальным механизмом образования социальной группы покупателей данных товаров, а также услуг. При этом осознанное либо принужденное исключение человека из отдельной сферы потребления определенных товаров и услуг, присущих социальной группе, в которой он состоит, маркирует индивида как чужака, и он становится изгоем в ин-группе, а вскоре и вовсе перестает быть ее членом. Его поведение начинает расцениваться как отклонение. Однако имеет место быть и обратная ситуация. «Одержимость потребления» специфическими товарами и услугами, так называемыми стандартами ин-группы, также является отклонением от существующих норм.

Стоит отметить, что желаемый тип поведения навязывают каждому вновь прибывшему в социальную группу участнику.

Внутригрупповые негласные нормы детально поясняют потребителю, по какой причине ему необходимо носить вещи конкретного стиля (бренда), слушать предписанную музыку, читать установленную литературу, посещать конкретные зоны для проведения своего досуга. Все это производится с целью того, чтобы индивид ощущал собственную принадлежность к определенной социальной группе. Также помимо всего



вышеперечисленного, подобное поведение ведет к конформности членов группы. В реалиях нынешней постмодернистской потребительской культуры развивается новый вид индивида – «человек-потребитель».

В большинстве случаев можно сделать акцент на его следующих характерных особенностях:

упор на воплощение витальных потребностей, которые связаны с удовлетворением материальных нужд либо стремление к общественному признанию посредством предметно-демонстративного поведения;

отсутствие критичности при анализе поступающей информации, зависимость мышления от окружения, сопровождающееся понижением умственных способностей;

инфантилизм восприятия мира, сокращение влияния волевого начала в пользу эмоционального; снижение способности к осознанному аскетизму, а также самоконтролю; клиповое мышление;

сокращение взаимосвязей внутриродственной коммуникации, направленность к модификации имеющихся связей в отношении обменного характера (теория обмена Дж. Хоманса);

представление потребления наподобие базы способа существования, выступающего в значении базисной поведенческой конструкции по отношению к различным взаимодействиям с социальной, а также материальной средой.

Все это является причиной того, что сегодняшний человек-потребитель не обладает структурированным набором для различения положительного и отрицательного, нормы и девиации. Постмодернистский человек-потребитель становится прообразом господствующей культуры, согласно которой не может быть исключительно «правильных» разновидностей и форм действия. Для подкрепления вывода можно обратиться к принципу постмодернизма, который гласит, что лозунг радикального плюрализма лишает человека объективных критериев оценки и выбора, уравнивая «высокое» и «низкое», тормозит возведение новой вертикали в культуре, способствует сохранению и углублению ценностного кризиса.

В. Зомбарт еще в свое время (XX в.) предсказал, что с наступлением эпохи господства буржуа нового стиля социальный контроль из сферы производства перешел в сферу потребления. Базируясь на изучении капиталистического духа, его особенности, а также соответствия предпринимательских и мещанских основ, ученый социолог разделяет весь исторический путь развития капитализма в 2 стадии: 1 стадия – вплоть до окончания XVIII в., 2 стадия – начиная с завершения XVIII в. На первоначальной стадии капиталистический дух обретает «существенно связанный» вид. Он скован нравами, а также нравственностью, которая черпается из христианских источников. На 2 стадии капиталистический дух



уже является независимым, неограниченным, а также никак не скованным моральными нормами.

В период нахождения на первоначальной стадии богатство высоко расценивается, однако оно никак не считается самоцелью; богатство обязано нести службу тому, чтобы формировать и сберегать жизненные ценности. Ритм торговой деятельности на данной стадии можно охарактеризовать «спокойным». Основным постулатом деятельности было осуществлять «малые дела, но с высокой пользой». Все вышеперечисленное предопределяло негативное расположение буржуа классического стиля к конкуренции, к рекламе, к манипуляциям буржуа нового поколения.

Буржуа старого стиля доминировали вплоть до окончания XVIII в. В начале XIX в. возник сегодняшний экономический человек. Сегодняшний предприниматель – это корпоративный бизнесмен, которого никак не интересует «живой индивид с его счастьем и горем», его роль заняли «нажива и деньги». «Расширение дела» – это основная мотивация. Орудиями считаются низкая стоимость, большие объемы сбыта, оборота, мгновенная транспортировка, а также перемещение благ, индивидов, информации. Деловые правила подчинены совершенной рационализации, изготовление благ осуществляется только лишь с целью обмена. Особую роль играет деятельность по формированию механизма, вынуждающего публику приобретать («покупателя находят и атакуют»), в первую очередь на базе рекламы, которая «в эстетическом смысле – гадка, а в высоконравственном – бесстыдна» [2].

Однако сдвиг институциональной базы социального контроля с производственной на потребительскую область никак не разрешает вопросов, связанных с эффектами исключения.

В целом, в процессе потребления весьма сложно установить, какая его степень дает возможность рассуждать о попадании или непопадании в когорту «своих» членов социальной группы. Данное замечание отмечает то, что потребление никогда не может быть осуществлено в достаточной мере. Подавляющая доля членов социума пребывает под постоянной и всепроникающей страстью к увеличению степени и качества потребления. Данное стремление людей может являться источником психосоциальных расстройств. Они не дают возможности добиться желаемой цели. Результат деятельности становится противоположным ожидаемому исходу развития событий. Такое поведение приводит к утрате контроля над собственными действиями, а также образом жизни. В итоге, можно обнаружить эффекты девиантности постмодернистской культуры потребления.

Нельзя не сказать и об еще одной категории лиц, «выпавших» из определенной потребительской области из-за умственной или технической неспособности следовать в ногу с увеличивающимся предложением, к примеру, информационных услуг, и, кроме того, выработать довольно



четкое понимание о данном рынке. Индивид, отказывающийся от применения современных мобильных телефонов, ноутбуков и компьютеров, интернета, исключается из обширного диапазона потребительских функций и услуг. Более того, одновременно с этим человек лишается доступа включенности в некоторые социальные группы. В случае если такого рода отречение осуществляется через сознательный выбор, то можно это отнести к девиантности потребления. Данная тема является актуальной и имеет потенциал для дальнейшего исследования.

Список использованных источников:

1. Бочкарева М. Быстрее, выше, дороже: в РФ зафиксировали рост интереса россиян к спорту вдвое. 2021. URL: <https://iz.ru/1203220/marina-bochkareva/bystree-vyshe-dorozhe-v-rf-zafiksirovali-rost-interesa-rossiiian-k-sportu-vdvove> (дата обращения: 9.04.2022)

2. Зомбарт, В., Современный капитализм. // Зомбарт В. Пер. с нем. Под ред. В. Базарова и И. Степанова. Изд-во. – Москва–Ленинград, 1931. (дата обращения 05.11.2021).

© Полякова А.А., Носова Д.А., 2022

УДК 65.01

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ МОДНЫМ БРЕНДОМ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Полякова Т.И.

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

Актуальность темы исследования заключается в том, что развитие инновационных технологий, онлайн-рынка влечет за собой формирование новых тенденций в изменении потребительского поведения, которые требуют проведения их исследования и учета в совершенствовании системы управления брендом в коммерческих организациях фэшн индустрии.

По итогам глобального исследования GfK Life (Жизнь потребителя) выделяют шесть наиболее актуальных глобальных потребительских трендов: стремление к безопасности потребления, сознательное потребление, взаимовлияние потребителей, экологичность потребления. По мнению аналитиков, локальными российскими трендами в изменении потребительского поведения являются: рационализация потребления, практичность выбора, снижение потребительского потенциала населения; привыкание к жизни в условиях кризиса, усиление потребительского патриотизма. Эти тенденции затрагивают все сегменты потребительского рынка, в том числе и индустрию моды и вызывают необходимость



детального исследования воздействия различных факторов на изменения поведения покупателей в сфере товаров, относящихся к фэшн индустрии. Использование результатов этого исследования позволит коммерческим организациям, работающим в сфере фэшн индустрии, наиболее эффективно использовать сущность рыночного механизма спроса и предложения, оперативно реагировать на изменения в воздействии многообразных факторов, определяющих поведение покупателей, совершенствовать механизм создания и продвижения брендов модной продукции. К важнейшим элементам механизма, определяющим успешность развития предприятий фэшн индустрии, относятся эффективная система управления модным брендом на разных этапах его жизненного цикла. Важно отслеживать приоритеты целевой аудитории и выявлять факторы, которые играют мотивирующую роль при принятии решения о покупке продукции того или иного модного бренда.

Наиболее известными авторами, описывающих потребительское поведение, являются Р. Блэкуэлл, Д. Коллат, Д. Хокинс, Д. Энджел. Теории мотивации, иерархия потребностей А. Маслоу, концепции Д. МакКлелланда и МакГира и др. рассматриваются как модели управления потребительским поведением. Вопросы стратегического управления брендом рассматриваются в работах таких авторов, как И. Ансофф, Д. Аакер, Т. Амблер, Д. Д'Алессандро, Р. Батр, Р. Блэкуэлл, К. Келлер, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, Э. Райс, Ч. Сендиджа, Д. Траут, и др.

Проблемы формирования и позиционирования брендов российских предприятий подробно освещены в работах отечественных специалистов, среди которых Т.А. Андреева, А. Бадьин, Г. Багиев, Н.Безрукова, С.Божук, М. Васильева, Е. Головлева, Е. Голубков, В. Домнин, Музыкант В.Л., О. Пашенко, С. Рыбченко, О. Юлдашева и др.

Целью данной работы является стратегическое управление модным брендом на основе анализа важнейших факторов, определяющих мотивацию потребительское поведения в современных условиях.

Для достижения данной цели требуется решение следующих задач:
определение понятий: «мода», «потребительское поведение», «устойчивая мода», их характеристики;

выделение и классификация факторов, влияющих на поведение потребителя;

анализ современных тенденций в изменении потребительского поведения в различных сегментах потребительского рынка модной индустрии;

рассмотрение теоретических и практических аспектов стратегического управления модным брендом на разных стадиях его жизненного цикла;



выяснение влияния изменений в потребительском поведении при разработке стратегии создания и продвижении товарных брендов в модной индустрии;

формирование концепций модных брендов в условиях современных тенденций в изменении потребительского поведения в различных сегментах потребительского рынка модной индустрии;

практические рекомендации по разработке современных, инновационных стратегий позиционирования модных брендов с учетом изменения потребительского поведения.

Практическая значимость исследования – разработка практических рекомендаций по разработке и реализации стратегии управления модным брендом с учетом результатов анализа изменений потребительского поведения, при создании и продвижении брендовой продукции на рынке фэшн индустрии.

Объектом исследования выступают коммерческие организации российской фэшн-индустрии. Предметом исследования является стратегическое управление модным брендом с учетом влияния факторов, определяющих потребительское поведение на разных сегментах рынка фэшн индустрии.

В последнее десятилетие в экономике происходили трансформационные процессы структурного характера, в результате которых значительно возросла роль интеллектуальной деятельности, что, в свою очередь, обусловило бурное развитие отраслей креативной экономики.

Интеллектуальный капитал является одним из самых важных конкурентных преимуществ практически любого предприятия XXI века. Высокий потенциал креативных индустрий сегодня не только отмечается специалистами, но и активно обсуждается в обществе. Именно эти отрасли в настоящее время становятся центрами притяжения региональных и городских территориальных устройств, признаются основой роста народного хозяйства и детерминантами развития национальных экономик. В то же время, активы креативной экономики, которые представляют собой источник формирования новых идей и их дальнейшей практической реализации, приводят к новым типам экономических отношений, видоизменению и адаптации существующих бизнес-процессов.

Сфера моды, как одно из ярких проявлений креативной экономики, является крупнейшим объектом коммерциализации, позволяющим максимизировать прибыль отдельных экономических агентов и, в совокупности, повышающим эффективность экономического результата в масштабах регионов и стран. Глобальный рынок индустрии моды продолжает развиваться появляются новые дизайнерские проекты, формируются рынки сетей ритейлеров и поставщиков, создаются локальные центры региональной моды. Вместе с этим усиливается и



конкуренция, в том числе, международная, что вызывает насущную необходимость сохранения и наращивания компаниями своих конкурентных преимуществ, многие из которых представляют собой специфичные нематериальные активы этой сферы деятельности.

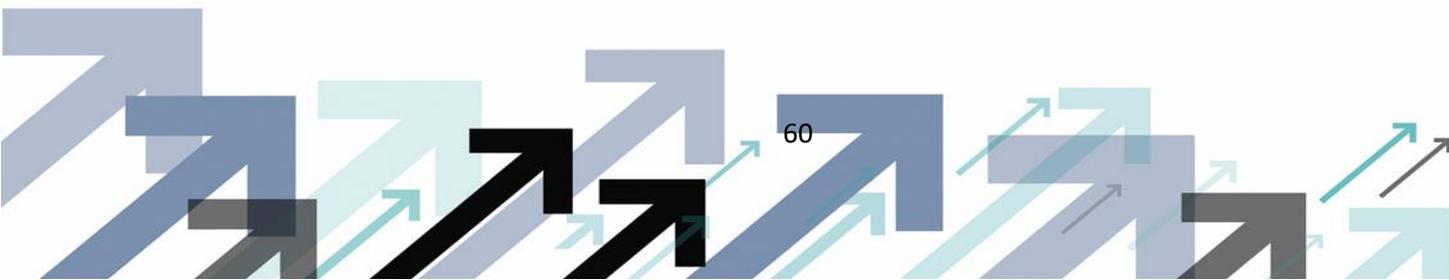
В сегодняшней деловой среде основным источником конкурентных преимуществ для многих предприятий, особенно из креативных индустрий, являются оригинальные творческие решения и инновации. Учитывая современные аспекты конкурентного поведения, стратегическим приоритетом компаний индустрии моды является минимизация рисков, связанных с недобросовестным использованием результатов их интеллектуальной деятельности, которые потенциально или реально могут нанести ущерб имиджу и деловой репутации предприятия. Поэтому лидерам и фэшн-стратегам компаний, специализирующихся на производстве и продаже предметов гардероба, необходимо своевременно выявлять наиболее ценные нематериальные активы, определять их значимость для бизнеса, а также выделять те из них, которые составляют основу системы интеллектуальной собственности компании и должны тщательно охраняться; другими словами – необходимо разрабатывать стратегию управления интеллектуальной собственностью в рамках компании.

Таким образом, проработка стратегических аспектов управления интеллектуальной собственностью для компаний индустрии моды на сегодня представляет собой весьма актуальную тему, обусловленную современными практическими потребностями рассматриваемой отрасли.

Список использованных источников:

1. Креативные индустрии: экспортный потенциал и внешнеполитический имидж страны // ТАСС. 29.05.2017 г. URL: <https://tass.ru/pmef-2017/articles/4278729> (дата обращения 10.09.2018);
2. Куренной В. Креативный класс: как творческие индустрии могут помочь росту экономики // РБК. Экономика. 29.11.2017 г. URL: <https://www.rbc.ru/opinions/economics/29/11/2017/5a1e66a09a79478521dc8da1> (дата обращения 10.04.2022);
3. Титов Д. Креативная индустрия как драйвер роста // Экономика и жизнь. 2018. № 15 (9731). URL: <https://www.eg-online.ru/article/371316/> (дата обращения 15.04.2022);
4. Хворостяная А.С. Индустрия моды - яркий пример развития креативной экономики // Экономика и управление. 2014. Вып. 6(104). С. 62-65. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21820264> (дата обращения 15.04.2022).

© Полякова Т.И., 2022





УДК 330.322.5

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ НЕДВИЖИМОСТИ REIT КАК ФАКТОР УЛУЧШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Понизник Т.В., Янкович Д.О., Ключня В.Л.

*Учреждение образования «Полоцкий государственный университет»,
Новополоцк, Республика Беларусь*

Закон Республики Беларусь «Об инвестиционных фондах» № 52-З принят 17.07.2017 г. и вступил в силу 23.07.2018 г. С момента принятия данного Закона и по сегодняшний день проводится активная работа по внесению изменений и дополнений в действующее законодательство. Инвестиционные фонды – новация для Беларуси.

Некоторое время назад физическими и юридическими лицами стал использоваться такой финансовый инструмент, как доверительное управление. На сегодняшний день инвестиционные фонды могут составить конкуренцию данному финансовому инструменту.

Инвестиционный фонд – это инструмент коллективного инвестирования, т.е. имущество, принадлежащее инвесторам по праву общей долевой собственности, которое управляющая фондом компания (при ее наличии) инвестирует в соответствии с определенной стратегией. Управление инвестированных в фонд средствами, как правило, доверено инвестиционным профессионалам.

Инвестиционный фонд вправе инвестировать в финансовые инструменты – ценные бумаги и иные объекты гражданских прав, перечень которых определяется уполномоченным органом.

В частности, к ним относятся: ценные бумаги резидентов и нерезидентов, иные финансовые инструменты; драгоценные металлы и камни; недвижимость и имущественные права на нее, в том числе на земельные участки.

Кроме того, из анализа норм Закона, а также Декрета Президента Республики Беларусь 21.12.2017 № 8 «О развитии цифровой экономики» можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день объектом инвестиций инвестиционных фондов могут выступать наравне с иными объектами гражданских прав и токены, если уполномоченным органом не будет установлено иное.

Принятие Закона Республики Беларусь «Об инвестиционных фондах» – это отправная точка в развитии нового перспективного инвестиционного института в нашей стране [1].

Инвестиционный фонд недвижимости (REIT) – это компания, которая владеет недвижимостью, приносящей доход, и в большинстве случаев



управляет ею. Подобные фонды владеют многими видами коммерческой недвижимости, от офисов и апартаментов до складов, объектов здравоохранения, торговых центров и гостиниц [2].

Инвестиции в недвижимость на долгий срок – не худший вариант во время кризисов. Альтернативным вариантом физической покупки недвижимости являются акции REIT.

Инвестировать в REIT удобно и просто. По сути, это акционерные фонды, которые строят, сдают в аренду или продают объекты недвижимости. Инвестор вкладывает денежные средства в недвижимость, далее все операции в отношении объекта прodelываются профессионалами, а затем инвестор получает доход в виде дивидендов.

Средняя годовая доходность REIT представлена на рис. 1.

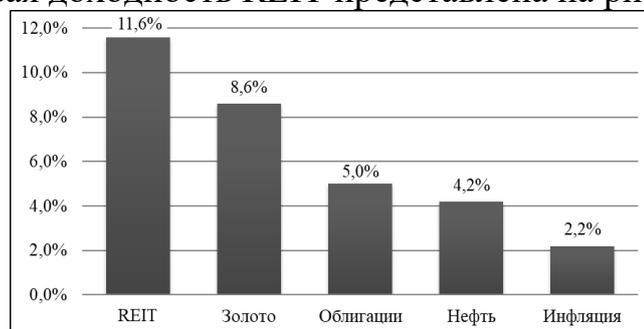


Рисунок 1 – Годовая доходность REIT. Источник: составлено автором на основе [3]

В США такая схема инвестирования в недвижимость популярна давно. Тому есть несколько причин [3]:

высокая ликвидность – в отличие от реальной недвижимости, акции таких фондов можно быстро продать, купить или обменять;

защита от инфляции – растут цены на товары и услуги – растет доход владельцев недвижимости;

большие выплаты – REIT должны выплачивать в виде дивидендов не менее 90% дохода;

низкие риски – фонды инвестируют в разные виды недвижимости – это значительно снижает риски обвалов.

Различают три разновидности REIT.

1. Equity (долевые). В эту категорию входит большинство из фондов недвижимости. Покупая объекты, они становятся управляющими компаниями. Источником дохода здесь выступает рента. В отличие от застройщиков, для REIT недвижимость является частью портфеля, не предусмотренной для перепродажи по окончании строительства.

2. Mortgage (ипотечные). К этой категории относится до 7% фондов из общего количества. Специализация охватывает прямое кредитование и сделки с залогом на недвижимое имущество. Источником дохода становятся проценты, полученные от ипотечных кредитов.



3. Hybrid (смешанные). Это комбинация первых и вторых фондов. Подразумеваются инвестиции в саму недвижимость и в ипотеку. В этой категории – около 1% от всех фондов недвижимости на бирже.

В России разработали собственный вариант зарубежных REIT – закрытые паевые инвестиционные фонды недвижимости (ЗПИФн).

Инвестиции через ЗПИФ дают налоговые преимущества: освобождают от налога на землю и имущества.

Российские фонды недвижимости бывают следующих типов:

1. Девелоперские. Специализация – перепродажа земли под застройку и зданий, иногда – реконструкция для повышения стоимости объекта.

2. Земельные. Недвижимым имуществом выступают участки земли. Они не столь ликвидные в сравнении с традиционными застройками.

3. Рентные. Подразумевают инвестиции с целью получения прибыли от ренты коммерческой, жилой и другой недвижимости.

4. Строительные. Прибыль наращивается от перепродажи объектов, приобретенных на этапах застройки.

5. Смешанные. Доход получают от комбинации рентных, девелоперских, строительных ПИФов. Это наиболее обширная категория фондов, куда входит около 86% от общего числа на рынке.

В Республике Беларусь целесообразно создавать аналоги российских ЗПИФн по следующим причинам: партнерство в экономической и политической сферах; научное сотрудничество; единое постсоветское пространство; Беларусь и Россия являются членами-соучредителями Союзного государства и Евразийского экономического союза; тесная интеграция.

Фонды должны осуществлять деятельность в перспективных направлениях. Речь идет о недвижимости, востребованность которой не спадет в течение следующих 10-20 лет. Это могут быть микроапартаменты, медицинские комплексы, логистические объекты. Другой критерий – развитость района. Те, которые активно развиваются, станут ликвидными спустя 10 лет.

Фонды, которые используют одновременно актуальные и перспективные стратегии, будут наиболее прибыльными [4].

Инвестиции в коммерческую недвижимость могут быть направлены на ликвидные и доходные офисные и складские центры, торговые комплексы со сформированным качественным пулом арендаторов и долгосрочными договорами аренды.

Источники доходов для инвесторов фонда от таких видов недвижимости: рентный доход с ежегодной индексацией ставок аренды; рост рыночной стоимости объекта недвижимости.

Средства Фонда недвижимости также могут инвестироваться в проекты жилищного строительства. Цель вложений – это получение дохода



от роста стоимости приобретенных Фондом прав на квартиры по мере завершения их строительства, а также с учетом общего роста рынка.

В отдельных случаях с застройщиком может быть достигнута договоренность об обратной продаже (выкупе) приобретенных Фондом прав на квартиры с минимальной (гарантированной) доходностью.

Форма инвестирования – договор долевого участия в соответствии с требованиями законодательства.

Целевой сегмент инвестирования – жилые проекты эконо, комфорт и бизнес-класса с хорошей транспортной доступностью и развитой инфраструктурой [5].

Список использованных источников:

1. Адвокатское бюро "Бизнес-Адвокат" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ubc.by/investment-fund-belarus>. – Дата доступа: 13.04.2022.

2. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B4_%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D0%B6%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8. – Дата доступа: 13.04.2022.

3. FINANCE.TYT.BY [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20210126200135/https://finance.tut.by/news689965.html>. – Дата доступа: 25.04.2022.

4. «ФИНАМ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.finam.ru/education/likbez/birzhevye-fondy-nedvizhimosti-kak-v-nix-in-vestirovat-20200709-18070/>. – Дата доступа: 25.04.2022.

5. ВТБ Капитал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vtbcapital-am.ru/products/private/#more1>. – Дата доступа: 29.04.2022.

© Понизник Т.В., Янкович Д.О., Ключа В.Л., 2022

УДК 336.71

ИНФРАСТРУКТУРА ЦИФРОВОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Потапенко П.Г., Зернова Л.Е.

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

Под инфраструктурой финансового рынка понимается совокупность организаций, обслуживающих сделки с финансовыми активами, осуществляющих контроль и расчеты, учет и переход прав на финансовые



активы, и помимо этого выполняющих хранение, агрегирование и предоставление данных и информации, необходимых для поддержания высокого уровня эффективности финансового рынка [1, 2, 3].

К элементам инфраструктуры финансовых рынков относятся: торговая инфраструктура; платежная инфраструктура; учетная инфраструктура; информационная инфраструктура.

Все участники финансового рынка зависят от бесперебойной и стабильной инфраструктуры, поэтому к инфраструктурным организациям применяются особые нормативные и надзорные требования, за реализацией которых осуществляет контроль Банк России. Таким образом, на финансовом рынке создаются правила торговли, устанавливаются порядок и процедура разрешения споров между участниками рынка.

Рынок невозможен без конкуренции, которая подразумевает, в частности, наличие большого количества участников. Чтобы построить доверие между ними, обеспечить справедливость в ценообразовании, снизить риски и т.д., участники должны добровольно или по закону соблюдать правила. Надежная и бесперебойная работа финансовой системы, в частности, финансовых институтов, стимулирующая непрерывное развитие экономики, невозможна без эффективной инфраструктуры.

Торговая инфраструктура – площадка, на которой сделки с финансовыми активами осуществляются в соответствии с установленными правилами, определяются взаимные обязательства участников торгов, что позволяет производить расчеты по результатам торгов. Торговая инфраструктура также включает в себя инфраструктуру расчетов, обслуживающую те сделки, которые заключаются вне рамок организованной торговли. Инфраструктура торговли включает в себя биржи и других организаторов торговли валютами, ценными бумагами и производными финансовыми инструментами.

Информационная инфраструктура предоставляет участникам различные информационные и аналитические услуги, необходимые для эффективной реализации бизнеса и инвестиций на информированной основе [4, 5].

Информационная инфраструктура включает в себя:

рейтинговые агентства, которые предлагают комплексную аналитику бизнеса в случае необходимости привлечения заемного финансирования (от компаний реального сектора и банков до целых регионов), и присваивают рейтинг. Наличие независимых оценок позволяют заемщикам, государству, эмитентам и инвесторам принимать сбалансированные решения;

бюро кредитных историй, которые собирают информацию о кредитах, выданных физическим и юридическим лицам, и об исполнении ими своих обязательств. Уровень долговой нагрузки – это ключевая переменная,



которая может быть сгенерирована на основании данных бюро кредитных историй, так как позволяет оценить способность заемщика обслуживать долг;

расчетные депозитарии (ценовые центры) – предоставляют участникам рынка услуги по определению стоимости финансовых инструментов, не обращающихся на бирже. Это помогает сторонам сделки быть уверенными в том, что она заключена на справедливых условиях;

администраторы, генерирующие финансовые показатели (например, в России в эту категорию входят Московская биржа и национальная саморегулируемая организация «Национальная фондовая ассоциация»). Они подтверждают условия сделки и цену инструмента для сделок с финансовыми инструментами, которые имеют дополнительные условия, такие как уровень процентных ставок или курсы обмена валют.

Платежная и учетная инфраструктура финансового рынка – это система учета, исполнения и расчетов по сделкам с финансовыми инструментами. К ним относятся предприятия и организации, обеспечивающие движение информационных потоков, формирующих расчетную, депозитарную и регистраторскую сети.

В целом, говоря об инфраструктуре финансовых рынков, необходимо также отметить важность технологической платформы, на которой совершаются операции. Поскольку рынки являются биржевыми или внебиржевыми, соответственно, платформами для проведения сделок могут быть не только биржи, но и различные электронные торговые системы, предоставляемые организаторами внебиржевого рынка.

Развитие информационных, компьютерных технологий и их внедрение в операционную деятельность финансовых учреждений, появление на их основе принципиально новых финансовых продуктов и услуг, в частности цифровых финансовых активов и смарт контрактов, приводят к необходимости формирования соответствующего законодательства, регулятивных норм и надзорных технологий.

Финансовая инфраструктура заметно расширяется ИТ-компаниями, специализирующимися в области финансов. Таким образом, в настоящее время появляются цифровые решения для привлечения капитала в инвестиционные проекты и высокотехнологичные точки доступа к финансовым продуктам и услугам, а также технологии для их распределения (краудфандинговые платформы, торговые площадки).

Таким образом, под инфраструктурой цифрового финансового рынка или цифровой инфраструктурой следует понимать совокупность организаций, обслуживающих сделки с традиционными и цифровыми активами, осуществляющих контроль и расчеты по сделкам, учет и переход прав на активы, использующих цифровые платформы сбора, хранения



обработки информации, технологические решения для ускорения, упрощения и повышения безопасности транзакций.

Внутри инфраструктуры цифрового финансового рынка появляются новые субъекты – компании-поставщики (ИТ-компании) цифровых финансовых продуктов, упрощающих взаимодействие элементов внутри инфраструктуры.

Для того, чтобы сформировать ясное представление об инфраструктуре цифрового финансового рынка, необходимо ввести несколько ключевых определений цифровых технологий, лежащих в основе цифровой инфраструктуры.

Цифровизация финансового рынка осуществляется путем внедрения следующих категорий цифровых технологий: финансовые технологии (от англ. Financial Technologies, FinTech, «финтех»); регулятивные технологии (от англ. Regulatory Technologies, RegTech, «регтех»); надзорные технологии (от англ. Supervisory Technologies, SupTech, «суптех»).

Финансовые и регулятивные технологии разрабатываются либо специализированными FinTech-компаниями и RegTech-компаниями, либо непосредственно финансовыми институтами, в то время как надзорные – регулятором финансового рынка, однако поставщиками «суптех» могут быть как FinTech-, так и RegTech-компании.

Список использованных источников:

1. Смольская Е.П. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРИМЕНЯЕМЫХ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2021). - 2021. - с. 178-182.

2. Еремин П.А. ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2021). - 2021. - с.53-55

3. Плеханова А.Н. ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Инновационное развитие техники и технологий в промышленности» (ИНТЕКС-2021) - 2021.- с. 162-165.

4. Смольская Е.И. СУЩНОСТЬ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина» - 2020.- с. 65-69.



5. Kolesnikov A.V., Zernova L.E., Degtyareva V.V., Panko Yu.V., Sigidov Yu.I. GLOBAL TRENDS OF THE DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT // Opcion. - 2020. - Т. 36. - № S26. - с. 523-540.

© Потапенко П.Г., Зернова Л.Е., 2022

УДК 338.45.01: 316.422

ПРИНЦИПЫ И ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА

Потапов А.А., Павлова И.Г.

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

На сегодняшний день основой укрепления совокупного потенциала промышленной структуры является главной задачей бизнес-сферы. Комплексный, а также системный подход способствуют реализации мероприятий, которые направлены на обеспечение развития промышленности для инновационной составляющей, соединяющей в себе прямые и обратные информационно-коммуникационные связи [1].

Управление инновациями в промышленной сфере разделяется на несколько блоков, таких как:

управляющий блок, включающий в себя субъекты управления;

механизмы, которые регулируют воздействие на состояние инновационной деятельности;

объекты, которые направлены на управление инновационными процессами;

эффекты, которые направлены на управление инновационной деятельности (включающие в себя мониторинг результатов инноваций, а также корректировку управленческих решений).

Соединение целей и задач системы управления, ориентированных на поиск инструментария решения и управления промышленным потенциалом, являются основой механизма управления инновационно-ориентированной деятельностью [3].

Основываясь на последних данных следует сказать, что инновационно-ориентированный принцип как фактор развития промышленного потенциала предприятий обеспечивается на основании циклического усовершенствования трех ключевых и взаимосвязанных факторов, направленных на комплексный, а также многоуровневый системный комплекс регулирования и поддержки инновационных процессов [7]:

макроэкономическое управление инновационной активностью;



внутрикорпоративное управление инновационными процессами;
управление межфирменного инновационно-ориентированного взаимодействия и организации эффективных научно-производственных связей.

Итак, макроэкономическое управление инновационной активностью направлено на создание и разработку таких макроэкономических условий, которые могли бы динамично развивать инновационный потенциал сектора промышленности и направлять приоритетные стороны процесса, связанного с улучшением организационно-экономической составляющей и механизмом поддержания инвестиционно-инновационного развития промышленного сектора.

Внутрикорпоративное управление инновационными процессами ставит перед собой задачу, которая смогла бы направить все приоритетные установки на инновационно-ориентированное развитие, с целью привлечения инвесторов, вследствие чего бы снизился масштаб и вероятность ошибок, которые связаны с инновационными проектами [5]. Следствием данного этапа является то, что все условия, которые проходят внутрикорпоративное развития является обеспечение направленности и согласованности процессов всех сформированных звеньев промышленного сектора, которые принимают участие в инновационных процессах. Одним из главных компонентов является интеграция всех существующих вертикальных связей, преимущественно положительных, а также создание внутрикорпоративного стандарта и системы SWOT-анализа.

Управление межфирменного инновационно-ориентированного взаимодействия и организации эффективных научно-производственных связей базируется на бизнес-партнерстве с учетом горизонтальных интеграций, а также важным согласованием мер каждого участника производственной сферы [2].

Как макроэкономические, так и микроэкономические показатели способны регулировать степень влияния инновационного взаимодействия в производственном секторе промышленности и корректировать основные направления развития мирового технико-технологического аспекта.

Существует множество факторов, которые влияют на расширение инновационного сектора в промышленной деятельности, касающиеся усовершенствованного бизнес-сектора. К данным факторам относится [1] время; затраты на модернизацию оборудования; расходы на рост квалификации рабочего состава; вероятность уменьшения роста степени хозяйственной устойчивости; развитие инновационных процессов; сфера связанного с конкурентами.

Взаимосвязь определенных аспектов и сфер внешнего мира основано на нужде в оптимизации механизма контроля промышленной деятельности



компании, а также детализации методологии инновационного совершенствования их практических аспектов [6].

Рассмотрим базисные аспекты инновационного развития промышленного аспекта компании [7].

Стратегический аспект инновационного развития (данный аспект базируется на необходимости в наличии стратегического направления инновационного развития промышленного сектора).

Вертикально-сквозной аспект инновационного развития (данный аспект базируется на управлении инновационным принципом промышленного сектора посредством выбора приоритетной национально-инновационной политики).

Аспект непрерывности инновационного развития (данный аспект основан на структурировании, конструировании и функционировании системы инновационного развития, который и должен базироваться на цикличности).

Рефлекторный аспект (данный аспект базируется на основе приспособления системы управления инновационной составляющей как на внешнем, так и на внутреннем уровне на основе быстрой реакции на разнообразии рынка).

Аспект гибкости (данный аспект основан на регулярном обновлении модернизации компании, который ищет пути к адаптированию постоянно изменяющихся условий внешнего мира).

Аспект комплексности (данный аспект основан на формировании элементов, а также стадий, уровней цикличности инновационных процессов).

Аспект системности (данный аспект базируется на постоянном выполнении поставленных задач инновационного развития, а также обеспечения равномерного и долговременного действия).

Таким образом, использование данных аспектов в практической деятельности промышленного сектора говорит об эффективном комплексе инновационных мер.

Следует сказать, что управление инновационной сферой при изменении каждого фактора говорит об увеличении новых видов и процесса, а также оборудования, которое постоянно обновляется со всех сторон промышленного предприятия [8]. Новые подходы, в свою очередь, позволяют разрабатывать, внедрять, а также формировать новые инновационные элементы в организации, связанной с промышленным сектором, которые постоянно перевооружаются и оснащаются технически, что позволяет усовершенствовать экономическое состояние.

Инновации, в свою очередь, предполагают обновление производственного сектора, создание усовершенствованного хозяйственного инструментария, прогрессивного анализа корректировок



управления и так далее [9]. Более того при внедрении эффективных принципов работы на предприятии промышленного сектора происходит увеличение роста производительности и повышения производственной стабильности.

Список использованных источников:

1. Анохина, Ю.А. Управление инновациями в организации // Журнал «Теория науки». – 2021. – С. 9-12.
2. Ганчеренок, И.И. Управление инновациями и инновации в управлении // Журнал «Государственное управление». – 2021. – С. 38-46.
3. Кашапова, Р.Ф. Управление инновациями на предприятии // Журнал «Челябинский гуманитарий». – 2022. – С. 91-98.
4. Моисеенко, Н.В. Управление инновациями в организации // Журнал «Креативная экономика». – 2018. – С. 65-69.
5. Семенов, Н.Н. Управление инновациями как фактор развития промышленного сектора // Журнал «Инновационная наука». – 2022. – №2(2). – С. 42-43.
6. Сережин, Д.В. Инновации – в управлении // Журнал о науке, практике, экономике. – 2021. – С. 70-76.
7. Фирова, И.П. Государственное управление инновациями // Журнал «Экономика и бизнес». – 2019. – С. 180-185
8. Юлчиев, Э.Ю. Управление инновациями // Евразийский научный журнал. – 2019. – С. 20-29.
9. Дорошенко Ю.А. Роль инноваций в тренде российской экономики / Дорошенко Ю.А., Куприянов С.В., Чижова Е.Н., Селиверстов Ю.И. и др., под общ. ред. С.В. Куприянова // Белгород, Изд-во БГТУ, 2016. – 314 с.

© Потапов А.А., Павлова И.Г., 2022

УДК 331.5

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТРУДА

Прокопенко М.В., Одинцова О.В.

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

В современных условиях крайне необходимо иметь представление о сложившейся ситуации в сфере социально-экономических отношений, проявляющихся в процессе труда, а также о факторах, которые оказывают непосредственное влияние на эти отношения. Именно этим обусловлена актуальность данной темы. Специфика функционирования рынка труда





любой страны формируется под влиянием ее национального менталитета и исторического развития.

В российской экономической модели современные экономисты часто обращают внимание на то, что заработная плата в России чрезвычайно низка. Этот факт обосновывается низким показателем доли оплаты труда в ВВП. Среднемесячная номинальная заработная плата по регионам Российской Федерации за последние три года представлена в табл. 1.

Таблица 1 – Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата, руб.

Регион	2019	2020	2021
Российская Федерация	47867	51344	56545
Центральный федеральный округ	60771	65319	72528
Северо-Западный федеральный округ	54119	57162	62921
Южный федеральный округ	34460	36620	39460
Северо-Кавказский федеральный округ	29135	31799	34006
Приволжский федеральный округ	34592	36975	40661
Уральский федеральный округ	51092	54603	59624
Сибирский федеральный округ	41310	44226	48570
Дальневосточный федеральный округ	56437	60358	65640

В табл. 1 можно увидеть, что наиболее низкий уровень начисленной заработной платы в 2021 г. был установлен в Северо-Кавказском федеральном округе. Наиболее высокий – в Центральном [1]. Наибольшие размеры заработной платы в России на сегодняшний день имеют сотрудники информационных систем, технические разработчики, научные деятели, проектировщики, работники финансовой сферы [2].

Для российского рынка труда характерна гибкость заработной платы. Эта особенность обусловлена, в первую очередь, отсутствием обязательной индексации заработной платы. В статье 134 ТК РФ предусмотрена обязательная индексация заработной платы только для работников бюджетных учреждений. Другие работодатели зачастую пользуются тем, что законодательство не обязывает их индексировать заработную плату работника. Таким образом, отсутствие индексации приводит к постепенному снижению реального дохода работника. Помимо этого, гибкость заработной платы состоит в том, что большая часть выплат работникам содержит в себе премии и поощрения. Их величина может колебаться по усмотрению работодателя в зависимости от материального положения предприятия в данный период времени.

Немаловажным является то, что на российском рынке труда сохраняется неформальная занятость. Согласно оценкам Росстата за 1999-2021 гг. удельный вес неформальных работников среди всех занятых увеличился примерно в 1,5 раза – с 12,4 до 19,0%.

Стоит отметить, что остаются не решенными проблемы, связанные с диспропорциями структурного характера, когда хроническая безработица существует одновременно с большим количеством вакантных рабочих мест. Существуют также проблемы внешней и внутренней миграции. Это выражается в дефиците специалистов в высокотехнологичных сферах и



слабой связи рынка труда с рынком образовательных услуг. Такова характеристика национального рынка труда в России [3].

Что касается региональных рынков труда в России, то они существенно дифференцированы в экономическом развитии. Это говорит о значительных различиях в структуре спроса и предложения рабочей силы, главным образом, по профессионально-квалификационному признаку. В каждом регионе есть свой природно-ресурсный потенциал. В настоящее время особое значение приобретают такие показатели конкурентоспособности региона, как эффективность производства, уровень образования и квалификации работников, высокая производительность труда, качество жизни основной массы населения. Немаловажным фактором является то, что при советской власти все проблемы региональной дифференциации рынков труда решались инструментами и методами плановой экономики, то есть принудительным распределением населения по рабочим местам с государственно закрепленным уровнем заработной платы [4].

После распада СССР региональные рынки труда формировались в рамках создания новой экономической системы. В последние годы рост занятости происходит в тех регионах, где развита сфера услуг, а в регионах, где преобладает промышленность и сельское хозяйство, занятость идет на спад. Выросла безработица (табл. 2), в том числе скрытая, темпы создания новых рабочих мест замедлились, выросли задолженности работодателей по заработной плате.

Таблица 2 – Численность безработных, тыс. чел.

Регион	2017	2018	2019
Российская Федерация	3461,2	4316,0	3624,6
Центральный федеральный округ	611,6	826,6	741,5
Северо-Западный федеральный округ	265,0	374,1	288,4
Южный федеральный округ	429,7	498,5	419,9
Северо-Кавказский федеральный округ	508,4	625,2	575,4
Приволжский федеральный округ	619,8	754,7	605,4
Уральский федеральный округ	270,9	348,3	267,9
Сибирский федеральный округ	501,7	614,6	486,7
Дальневосточный федеральный округ	254,1	274,1	239,3

Кроме того, ещё одной проблемой является сокращение численности трудоспособного населения при увеличении лиц пенсионного и предпенсионного возраста, что является следствием повышения смертности и снижения рождаемости. Исследования показали, что средний возраст занятых в России около 39 лет, что говорит о том, что национальный рынок труда нуждается в молодых, перспективных кадрах.

Озвученные проблемы, касающиеся регулирования рынка труда и занятости, требуют разрешения для улучшения качества трудовой деятельности и повышения социальной защищенности населения. Следует отметить, что для развития социально-правового государства и гражданского общества в условиях рыночной экономики важным является оказание социальной поддержки и содействия активному трудовому



населению. Одним из основных принципов оказания государственной социальной поддержки различным категориям граждан является их занятость, управлению которой в России уделяется достаточно много внимания. Одной из самых острых и давних социально-экономических проблем является безработица. При этом дело даже не в том, что ее уровень высок. Дело в качестве рабочих мест и уровне зарплат работающего населения [5].

Таким образом, к общероссийским особенностям рынка труда относятся: низкий уровень оплаты труда в себестоимости продукции, высокий удельный вес занятых в «теневой» экономике, чрезмерно низкая численность занятых в сельской местности и небольших городских поселениях, усиление территориальных диспропорций по показателям развития занятости, безработицы. Происходит рост рынков труда мегаполисов и агломераций, сокращение численности трудоспособного населения, рост структурной безработицы в связи с несоответствием профилей подготовки специалистов требованиям рынка труда, формирование группы неконкурентных работников, сдерживание межрегиональной и трудовой миграции в связи с неразвитостью рынка жилья и транспортной сети [6].

Решение вышеперечисленных проблем должно происходить как на общегосударственном уровне, так и на уровне каждого отдельного региона. Для эффективного функционирования российского рынка труда необходимо усовершенствовать некоторые моменты в законодательстве, регулирующем трудовые отношения, а также осуществлять активную поддержку и содействие, как безработным, так и работающим гражданам. Такого рода меры помогут решить существующие проблемы и повысить эффективность трудовых отношений в нашей стране.

Эти и иные проблемы необходимо решать путем осуществления строгого контроля над соблюдением трудового законодательства, Конституционных основ и других законодательных актов. Также необходимым является осуществление антикоррупционной политики. Государственным и региональным органам управления необходимо содействовать развитию различных центров занятости населения, что окажет существенную социальную поддержку безработным и работающим гражданам на рынке труда, обеспечит их качественное обучение и дополнительное образование, что, в дальнейшем повлияет на общий уровень социально-экономического развития нашей страны.

Список использованных источников:

1. Федеральная государственная служба по статистике РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.gks.ru>
2. Французова Т. А. Состояние рынка труда в Российской Федерации на современном этапе // Молодой ученый. – 2018. – №3. – С. 572-575.



3. Кеба В.Р. Рынок труда в современной России // Научные записки молодых исследователей. – 2021. - №3. – С. 5-11.

4. Гехт М. А. Государственное регулирование рынка труда и занятости населения РФ // Молодой ученый. – 2019. – №48. – С. 356-359.

5. Асалиев, А.М. Экономика труда: Уч. / А.М. Асалиев, В. Б. Бычин, В. Н. Бобков. - М.: Инфра-М, 2018. - 312 с.

6. Остапенко, Ю.М. Экономика труда: Учебное пособие / Ю.М. Остапенко. - М.: Риор, 2019. - 223 с.

© Прокопенко М.В., Одинцова О.В., 2022

УДК 502.12

«ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА» В ТОРГОВОЙ СФЕРЕ РОССИИ

Путина А.М., Политова Р.В.

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

Основная (базовая) взаимосвязь сферы торговли и окружающей среды обусловлена принадлежностью торговли к экономической деятельности, основанной на благах окружающего мира – природные ресурсы являются основными объектами экономики, преобразуясь тем или иным способом в товар, и обеспечивают жизнедеятельность любого экономического цикла, будучи энергией для создания товаров и их реализации (электричество, вода и т.д.). По окончании цикла в окружающую среду поступают отходы экономической деятельности. Также эта взаимосвязь проявляется в социальных требованиях к торговле – с одной стороны от качества природных ресурсов, их безопасности и доступности зависит эффективность торговой деятельности, с другой стороны торговым организациям необходимо учитывать увеличивающиеся требования государственных органов и ожидания потребителей, с каждым годом все более осведомленных о глобальных социальных и экологических проблемах, по «зеленому» подходу к своей деятельности.

Зеленая экономика как инструмент устойчивого развития и решения экологических проблем – ключевая идея последних 11 лет с момента ее обсуждения на Конференции ООН по устойчивому развитию 2012 года «Рио+20». Своим основным постулатом она объявляет снижение потребления природных ресурсов с повышением эффективности и чистоты производства, основываясь на совместном, повторном использовании, сотрудничестве, солидарности, возможностях и взаимозависимости [1]. Такая экономическая модель затрагивает все процессы экономической



деятельности, от организации рабочих мест до ведения бухгалтерии, от производства до потребления.

Торговые предприятия занимают одну из ведущих позиций в этой цепи – будучи связующим звеном производителей и потребителей, применяя «зеленый» подход в своей деятельности, они в силах повлиять на обе стороны, подталкивая их быть более осознанными, демонстрируя новые возможности для причастности к заботе о природе.

Основными факторами загрязнения окружающей среды торговыми организациями являются чрезмерное водо- и энергопотребление, высокий уровень отходов, как в виде сопутствующих торговле материалов (упаковочных, маркировочных, обрабатывающих и т.д.), так и в виде выбросов углекислого и других разрушающих озоновый слой газов. Это происходит на всех этапах деятельности: неэффективное хранение и транспортировка, затрачивающие чрезмерное количество ресурсов, использование не перерабатываемых упаковочных материалов и т.д.

Так как подход «зеленой» экономики – комплексный и многосторонний, необходимо рассмотреть возможности торговых организаций по внедрению экологичных новаций на каждом этапе их деятельности.

Предприятие розничной торговли включает в себя различные помещения: торговый зал, склад, административные, технические, подсобные помещения и другие, все они нуждаются в оборудовании и уходе. Как было отмечено выше, одним из основных загрязняющих факторов торговли является неразумное потребление энергии. Снизить нагрузку на природу позволяет применения энерго- и ресурсосберегающих технологий (это касается всех торгово-технологических процессов) – энергосберегающих экологически чистых ламп, холодильного оборудования, работающего на хладагентах, безопасных для озонового слоя; на складах также возможно использование технологий «умного» освещения (сетевых систем освещения на основе светодиодных ламп, оснащенных датчиками присутствия движения, сенсорами дневного света, модулями Wi-Fi и управляться удаленно). Для ухода за помещениями можно использовать экологически-чистые чистящие средства.

Иностранные торговые сети снижают воздействие на окружающую среду и за счет использования возобновляемых источников энергии, в России по состоянию на 2022 год на таких источниках работает более 200 объектов [2].

Еще одна составляющая «зеленой торговли» – оптимизация логистики с использованием современных логистических терминалов и оптимизация маршрутов и времени доставок, которые позволяют снизить расход топлива и, соответственно, выбросы углекислого газа. Например, в рамках реализации стратегии устойчивого развития в сети «Перекресток»



была произведена замена парка дизельных погрузчиков на более энергоэффективные машины, что позволило сократить расход топлива и выбросы CO₂ на 10% [3].

Одно из важнейших направлений в рамках «озеленения» торговой деятельности – работа с упаковкой. Только пластиковых пакетов, продающихся в магазинах, в России используется 5% от мирового потребления [5], добавить еще первичную, потребительскую и транспортную упаковки, и этот показатель будет выше в несколько раз. Работа с упаковкой включает в себя отказ от одноразовой полиэтиленовой упаковки в пользу многоразовой или произведенной из переработанных материалов упаковки. Многие розничные сети уже активно придерживаются этой идеи, предлагая покупателям бумажные перерабатываемые пакеты или пакеты из уже переработанных материалов и многоразовые текстильные сумки-шопперы и сумки-авоськи. Переход от бесплатных пластиковых пакетов на платные пакеты с содержанием переработанных материалов в составе сократило ежемесячное использование пакетов в «Азбуке вкуса» в три раза [6].

Также возможно снижение потребления бумаги за счет сокращения бумажной рекламной продукции и использования печатных чеков, частичного перехода на электронный документооборот, использования бумаги из переработанных материалов. В «Азбуке вкуса» возможность выбора покупателями в пользу электронных чеков позволил сократить печать бумажных на 3,2 млн. в месяц [6].

Конечно же основным и, по мнению авторов статьи «Экологизация розничной торговли: анализ стратегий» [7], наиболее простым способом внедрения принципов «зеленой» экономики является формирование ассортимента продукции, включающего в себя эко-товары. Такой подход можно реализовать при более тщательном выборе производителей и поставщиков, чья продукция отвечает принципам экологичности; и акцентировании внимания покупателей на такой продукции с помощью создания или выделения специальных зон в торговом зале для эко-товаров. В крупных магазинах – это стенды с информационными указателями (розничная сеть «Магнит») или организация краткосрочной аренды для продажи фермерской продукции («О'кей», «Пятерочка»). Наибольшего успеха в развитии данного подхода добился «ВкусВилл», который сделал эко-товары не просто частью своего ассортимента, а сделал их основой своего торгового формата [7].

Помимо основных мер «озеленения» можно перечислить ряд дополнительных. К ним относятся организации акций заботы об окружающей среде: бонусы за приобретение товаров в свою тару, сбор батареек, лампочек и пластиковых крышек, скидки на эко-товары и т.д.; сотрудничество с благотворительными и перерабатывающими



организациями для сбора ненужной одежды. Например, Фонд Второе дыхание, занимающийся сбором, сортировкой, перераспределением и переработкой одежды имеет больше 900 контейнеров и пунктов приема по все России, большинство из них находятся в торговых центрах или пунктах выдачи товаров интернет-магазинов [8].

Еще одно важное направление заключается в переработке отходов, связанных с деятельностью сферы торговли [7]. В 2019 году доля перерабатываемых отходов собственных операций составила 94% у Пятерочки и 69% у Перекрестка, доля переработанных пищевых отходов составила 6% и 5% соответственно [9].

Все перечисленные направления справедливы и для сферы оптовой торговли.

Подход «зеленой» экономики подразумевает совместные усилия, сотрудничество – торговым организациям необходимо объединяться на взаимовыгодных условиях, ставя при этом важнейшим приоритетом достижение экологических целей без ущерба экономическим. Так в 2019 году компания Unilever в России инициировала создание «Лиги зеленых брендов» – объединения международных и российских компаний, заинтересованных в устойчивом развитии. В их числе розничная сеть X5 Retail Group, которая также первой среди российских торговых компаний присоединилась к Глобальному договору ООН в области устойчивого развития [4]. С экономической точки зрения внедрение «зеленого» подхода в деятельность организации – это долгосрочная инвестиция, т.е. наибольшая эффективность будет получена через продолжительный интервал времени.

Такое долгосрочное инвестирование полностью оправдано. Согласно опросам [4] все большее число покупателей по всему миру отдает предпочтение ответственным компаниям, что говорит о растущем потенциале «зеленой» экономики. 66% опрошенных во время пандемии отметили важность участия розничных продавцов в решении экологических и социальных проблем. Помимо пользы для экологии и общества, ответственный подход обеспечивает конкурентное преимущество и выгоду самим торговым предприятиям. 72% представителей поколения Z готовы платить больше за эко-товары, т.е. «зеленая» стратегия позволяет привлечь больше новых покупателей с высокими покупательной способностью и потенциалом потребления. Вместе с потребителями проще привлекаются и новые сотрудники, которые также понимают важность экологического подхода и остаются в компаниях, уделяющих этому внимание, охотнее [4]. Растущее внимание инвесторов к данной теме – это еще одна причина, по которой устойчивое развитие экономически выгодно.

Таким образом, «зеленая» экономика позволяет организациям сферы торговли достигать финансовых целей при включении в повестку устойчивого развития. Для работы в этом направлении разработан ряд



рекомендаций [4], таких как создание команды специалистов по «зеленому» развитию, повышение адаптивности сотрудников к различным условиям работы, формирование бюджета исходя из актуальной потребности в ресурсах, вместо данных за прошлый год, и выбор ответственных поставщиков. Сюда же можно добавить предложение о необходимости раскрытия информации о деятельности компании в рамках устойчивого развития, что позволит и самой компании и другим участникам рынка увидеть новые точки роста и понять текущие бизнес-процессы.

Основными способами раскрытия информации можно назвать нефинансовую корпоративную отчетность (отчетность организации об экономическом, социальном и экологическом аспектах деятельности в виде самостоятельного документа или раздела в годовом отчете [10]), публикации на официальном сайте компании, в профилях в социальных сетях, использование информационных материалов в местах продаж. К последним относятся буклеты, информационные плакаты и баннеры, но так как речь идет о «зелёном» подходе, в первую очередь стоит уделить внимание мониторам и интерактивным тачскринам (сенсорным устройствам). Повысить информированность покупателей можно и с помощью размещения информации на товарах и упаковке. Перечисленные способы являются контролируемыми, к неконтролируемым же относятся СМИ, отзывы и комментарии в сети Интернет и другие.

На данный момент можно сказать, что сфера торговли России только в начале пути к «зелёной» экономике и перспектива ее развития – в активном взаимодействии компаний с потребителями: повышении их чувства ответственности совместно с осведомленностью об экологической повестке, предоставлении возможностей минимизировать воздействие на окружающую среду при приобретении и потреблении товаров при сохранении комфорта. При этом любые действия по внедрению принципов «зелёной» экономики должны быть не точечными мерами, а являться частью полноценной стратегии компании – в таком случае роль розничных предприятий заключается в формировании новых потребительских привычек (у потребителей новых паттернов/моделей) посредством активного стимулирования.

Список использованных источников:

1. What is an «Inclusive Green Economy»? [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.unep.org/explore-topics/green-economy/why-does-green-economy-matter/what-inclusive-green-economy> (дата обращения 24.04.2022)
2. Елфимова, А. В России работает более 200 объектов на возобновляемых источниках энергии [Электронный ресурс]. – URL: <https://greenpeace.ru/blogs/2022/02/22/v-rossii-rabotaet-bolee-200-obektov-na-vozobnovljaemyh-istochnikah-jenergii/> (дата обращения 27.04.2022)



3. Отчет X5 Retail Group об устойчивом развитии за 2019 год [Электронный ресурс]. – URL: https://www.x5.ru/ru/PublishingImages/Pages/Sustainability/X5_SR_2019.pdf (дата обращения 30.04.2022)

4. Чернышёва, Е. Торговля без вреда для окружающей среды. Почему ритейл должен быть «зеленым» [Электронный ресурс]. – <https://plus-one.rbc.ru/economy/torgovlya-bez-vreda-dlya-okruzhayushchey-sredy> (дата обращения 25.04.2022)

5. Чем вредны пластиковые пакеты [Электронный ресурс]. – URL: <https://greenpeace.ru/projects/zero-waste/paket-spasibo-net/> (дата обращения 29.04.2022)

6. Азбука вкуса. ESG [Электронный ресурс]. – ООО «Городской супермаркет», 2006–2022. – URL: <https://av.ru/about/social/> (дата обращения 1.05.2022)

7. Экологизация розничной торговли: анализ стратегий / В.В. Бахарев [и др.] // Siberian Journal of Life Sciences and Agriculture. – 2020. – № 5 – С. 79–96.

8. Миссия Фонда Второе Дыхание– осознанное потребление как образ жизни [Электронный ресурс]. – БФ ВТОРОЕ ДЫХАНИЕ, 2015–2022. – URL: <https://vtoroe.ru/> (дата обращения 2.05.2022)

9. Стратегия X5 по устойчивому развитию [Электронный ресурс]. – URL: https://esg.x5.ru/media/files/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_ESG_ru.pdf (дата обращения 2.05.2022)

10. Майорова, Е.А. Экологическая ответственность в годовых отчетах торговых компаний / Е.А. Майорова, А.Н. Майорова // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2017. – № 4 (21) – С. 171–174.

© Путина А.М., Политова Р.В., 2022

УДК 330.34

ПРОГНОЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕР ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА: ОПЫТ ПРЕОДАЛЕНИЯ САНКЦИЙ

Разживин Р.Г., Гасанбеков С.К.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Московский политехнический университет», Москва*

В конце февраля 2022 года было объявлено о начале военной спецоперации на Украине. Это повлекло за собой ряд ответных



дипломатических и экономических мер от Соединённых Штатов, стран Европы, Азии и иных государств. Этот ответ нанёс сильный удар по национальной валюте и экономике России. В частности убытки понесли малый и средний бизнес. В связи с этим Государственная Дума и Правительство РФ приняли меры для поддержки бизнеса в нашей стране.

Основными документами являются: «Постановление Правительства РФ от 18 марта 2022 г. N 409 «О реализации в 2022 году отдельных мероприятий, направленных на снижение напряжённости на рынке труда»» и Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», принятый Государственной Думой и одобренный Советом Федерации 23.03.2022 г. в редакции от 26.03.2022 г. Эти документы будут рассмотрены только с точки зрения влияния на бизнес в России. А также иных документов, как указ президента РФ «О дополнительных временных мерах экономического характера по обеспечению финансовой стабильности Российской Федерации» и план Сергея Собянина по поддержке бизнеса в Москве.

Порог для признания контролируемых сделок повышен с 60 до 120 млн. руб. Это позволит совершать более свободные сделки, уменьшит нагрузку на бюрократический аппарат и давление на предпринимателей.

Транспортный налог на средства стоимостью ниже 10 млн. рублей будет считаться без коэффициентов, данное решение ослабит налоговую нагрузку на предпринимателей в этой сфере.

Для отечественного туристического бизнеса был введён нулевой НДС. Это будет действовать до 30 июня 2026 года. Очень важный шаг для развития отечественного туризма. Наша страна обладает огромнейшим потенциалом для туристического бизнеса, но эта сфера реализована лишь на малые проценты от своих возможностей.

До конца 2024 года индивидуальным предпринимателям, перешедшим на УСН и ПСН, налоговая ставка будет равняться 0%.

Были установлены нулевые ставки налога на прибыль компаний, занимающихся IT-бизнесом.

С разрывом отношений с Западными странами, наша IT сфера оказалась под угрозой стагнации. Эта установка может гарантировать определённый рост в сфере IT.

Постановлением Правительства был установлен мораторий на проверки бизнеса (исключая опасные производственные объекты).

Было объявлено льготное кредитование для москвичей по созданию сетей быстрого питания. Нынешний опыт показал, что основные сети быстрого питания, которые действуют в нашей стране, могут покинуть Россию. Это место должны занять отечественные компании, развивая в этой сфере российский менеджмент и логистику.



Одним из важнейших шагов стало субсидирование из ФСС для стимулирования занятости населения. Эти субсидии доступны определённым категориям населения. К ним относятся: молодёжь (до 30 лет), бывшие заключённые, дети-сироты, родители с несовершеннолетними детьми, лица без среднего или высшего образования. Главное, что выделяет эти категории – трудность трудоустройства. Эти группы граждан уязвимы во время кризиса более всего. Эта мера поможет стабилизировать ситуацию и не дать случиться в обществе классовому расколу.

Самым амбициозным шагом можно смело назвать курс на импортозамещение. Ещё год назад можно было с недоумением воспринять это. Сейчас же страна взяла курс на серьёзное замещение иностранной продукции. Медицинское оборудование, лекарства, детское питание, продукция, необходимая для государственных нужд, машиностроение, автомобильная промышленность, химическая промышленность – все эти сферы ныне планируется развивать и кредитовать, привлекать в них инвесторов. Создан цифровой сервис «Биржа импортозамещения», с его помощью отечественные поставщики и заказчики могут найти друг друга и договориться о поставках.

Новая субсидия на переобучение персонала теперь составляет 60 тыс. руб. на каждого трудящегося, направленного на обучающие курсы. Это означает повышение квалификации узкоспециализированных рабочих, но и повышения требований к образовательным центрам.

РФ взяла курс на развитие внутреннего российского рынка и бизнеса, были защищены все категории населения, были даны возможности для открытия собственного дела при поддержке властей, повышения квалификации и налоговых послаблений. Но однозначными назвать эти меры нельзя, так как налоговые поступления в бюджет резко сократились, увеличились расходы. Судить эти меры по их эффективности можно будет только в конце действия этих позиций. Именно через несколько лет мы сможем увидеть, как сильно они повлияли на развитие отечественного рынка и лицезреть ошибки, совершённые во время нынешнего курса. Но несмотря на это, для среднего и малого бизнеса это огромные возможности для развития и немалая поддержка для сохранения на плаву.

Прогностическая сила антисанкционных мер будет видна только со временем, что означает, что, и факторы, ослабляющие негатив санкций, и факторы, благотворно влияющие на экономику, до конца не определены.

Это повышает требования к исследователям ситуации в плане широкого, глубокого и тщательного отслеживания. На данном этапе наблюдение играет большую роль, чем аналитические конструкции и модели.

Меры противодействия санкциям являются временными мерами, но здесь есть три особенности, которые следует выделить. Мы не знаем, как



долго продлятся санкции, соответственно, мы не знаем, будут ли продлеваться или сокращаться эти решения, как и не знаем, будут ли нынешние даты окончания мер сохранены. Мы не знаем наверняка, как будут строиться отношения со странами в дальнейшем, даже после дипломатического урегулирования и снятия санкций.

Эти меры являются не только временной опорой, но и тем, что толкает российский бизнес вперед. Внутренний рынок РФ никогда уже не станет таким, каким он был до этой ситуации, и мы можем сказать, что, вероятнее всего, российские компании во многом заменят бывших западных партнеров.

Список использованных источников:

1. Коротун О.Н., Кошель И.С., Мазур В.В. Менеджмент: основные технологии. Учебное пособие для бакалавров / Москва, 2022. (3-е изд.)

2. Хазин М.Л., интервью агентству «Sputnik» от 12.03.2022.

3. Коротун О.Н. Цифровая экономика: перспективы и риски. В сборнике: Современные проблемы управления конкурентоспособностью и инновационным развитием России. Материалы национальной научно-практической конференции. 2019. С. 78-82.

4. Кокорева А.Е., Коротун О.Н. Влияние цифровизации на совершенствование коммерческой деятельности организации. В сборнике: Прикладные исследования в области цифровизации управления бизнес-процессами. Материалы конкурса. Москва, 2021. С. 113-121.

5. Григорьева П.А., Коротун О.Н. Внедрение цифровых технологий в организации и их влияние на бизнес-процесс. В сборнике: Прикладные исследования в области цифровизации управления бизнес-процессами. Материалы конкурса. Москва, 2021. С. 82-87.

6. Пронин П.В., Коротун О.Н. Анализ последовательности совершенствования системы цифровизации бизнес-процессов. В сборнике: Конкурс прикладных исследований в области цифровизации управления бизнес-процессами (в рамках мероприятия "День менеджера"). Материалы конкурса. Москва, 2021. С. 66-69.

7. Максим Орешкин, министр экономического развития РФ, «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».
https://www.economy.gov.ru/material/news/nacionalnyy_proekt_po_razvitiyu_malogo_i_srednego_biznesa_odobren_sovetom_pri_prezidente_rf_po_strategicheskomu_razvitiyu.html

© Разживин Р.Г., Гасанбеков С.К., 2022



УДК 330.34

РИСКИ НА ПУТИ К ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА: КАК ИХ ИЗБЕЖАТЬ

Разживин Р.Г., Коротун О.Н.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Московский политехнический университет», Москва*

Первый и самый явный риск, который хотелось бы выделить, это непринятие сотрудниками цифровой сферы, это может выражаться в неприязни, неадаптированности, неумении работать с новыми технологиями. Если с личной неприязнью к цифровой сфере ничего сделать нельзя, то проблема с нехваткой навыков решаема. И есть два решения, которые должны кооперировать друг с другом. Первое – повышение навыков работы путём проведения соответствующих занятий с сотрудниками, направление на соответствующие курсы сотрудников при оплате из бюджета организации, договор с обучающими организациями для проведения занятий в нерабочее время. Второе – личная озабоченность управляющего каждым сотрудником: чёткое объяснение задач, уделение времени каждому сотруднику с возникшими проблемами и вопросами, помощь.

Второй риск – отставание по времени. Технологии развиваются огромными темпами, поэтому успех компаний во многом определяется тем, как они внедряют эти технологии, как адаптируют, будет ли сервис удобен для клиентов. Игнорирование этого вопроса будет иметь негативные последствия. Так что компания должна адаптироваться под рынок, технологии и потребителей. Следующие решения: индивидуальные заказы или готовое решение. Индивидуальный заказ более привлекателен, потому что создаёт компании свой шарм, индивидуализирует её, но это может иметь и обратный эффект: эта индивидуальность может не подойти клиентуре, готовые же шаблоны более стабильны, хоть и не создадут отличительных черт. Поэтому есть третье решение: модернизация готовых моделей под интересы и стиль компании.

Третий риск – риск чрезмерного или недостаточного контроля. Вопрос такой функции, как контроль, явно встал у управляющих в цифровой сфере. Некоторые компании из-за собственных страхов нехватки контроля пытаются сделать чего чрезмерным, требуя ежедневные обширные отчёты о проделанной работе. Этот выход неэффективен, так как немалая часть рабочего времени сотрудников будет уходить на написание этих отчётов, а управляющие будут эти отчёты читать и проверять. Неэффективным выходом так же будет решение игнорировать контроль по общеизвестным причинам. Решением этого вопроса можно назвать



умеренный контроль, контроль предупреждающий и контроль при необходимости. Чтобы отслеживать деятельность специалистов на «удалёнке», следует обсудить как график, так и другие нюансы, например, особенности релизов. В указанное время коллектив должен связаться с начальником. Удалённо можно провести как плановые, так и экстренные планёрки и совещания. Не обязательно отслеживать, как именно подчинённый добивается поставленной цели. Начальник должен время от времени контролировать достижение промежуточных итогов, чтобы удостовериться, что работа будет выполнена вовремя. Это можно сделать на планёрках и совещаниях. Оптимальное решение для контроля деятельности специалиста вне офиса – использование таск-менеджера, к которому имеют доступ все сотрудники.

Четвёртый риск – риск переработки. Переработка приводит к эмоциональному и профессиональному выгоранию сотрудников. Работникам больше не требуется тратить время на дорогу на работу, отсутствует живое общение с коллективом, повысилась интеллектуальная нагрузка. В связи с этим риск переработки сотрудников возрос в разы. Это ставит перед руководством новые цели: контроль нагрузки и эмоционального состояния работников, составление графиков работы, даже индивидуальных, обучение тайм-менеджменту. Так же в компанию можно нанять психолога с соответствующей задачей и прямой коммуникацией с сотрудниками.

Пятый риск – неожиданное изменение правовых норм, регламентирующих цифровую сферу предприятий. Данный риск предупредить нельзя иными методами, кроме как вести гибкую политику организации. С изменением правовых норм требуется только скорейшая перестройка политики и вектора развития под введённые нормы.

Методика борьбы с рисками. Есть пять основных инструментов для работы с рисками: выявление (анализ и сопоставление информации для выявления риска), оценка (предвидение, сколько будет стоить компании событие при наступлении проблемы, какова вероятность наступления), проведение мероприятий по предотвращению (постоянная коммуникация с участниками, постановка вопроса и совместные решения), планирование действий при проявлении (составить план действий при наступлении события), отслеживание (периодически проводить оценку риска, вести контроль мероприятий и сопоставлять с действующей ситуацией, смотреть актуальность имеющихся данных и готовности к нынешнему положению дел).

Ведите соответствующий журнал или файл, в котором будете отображать каждый риск. Запишите суть риска, оцените возможность его проявления по 10-ти бальной шкале. Зафиксируйте, что вы приняли для предупреждения риска, что требуется принять, на какие факторы повлиять



не можете. Обозначьте конкретные по-вашему мнению места, в которых этот риск может проявиться (к примеру, какой именно сотрудник более всего склонен к выгоранию). Каждое событие, связанное с этим вопросом, фиксируйте, определите временной промежуток риска, время проявления, длительность. Каждый риск изучите по тому, сколько ресурсов он будет стоить, и как долго он будет длиться (краткосрочный, среднесрочный, долгосрочный). Ориентируйтесь на следующие вопросы. Как сильно от риска пострадает компания? Как я могу его предотвратить или сгладить? Оправдано ли решение? Фиксируйте изменения в статусе риска. Обращайтесь к прошлым записям, чтобы понять правильность принятых решений, и использовать это знание в будущем.

Многие из описанных рисков для современных компаний не новы, поэтому у компаний уже есть опыт решения этих вопросов. Все эти риски для компаний индивидуальны, поэтому нет единого стандартизированного решения на какую-либо проблему. Главное – не игнорировать потенциальные риски, это несложно, так как многие эти вопросы можно решить без привлечения специалистов, ведь анализ этих рисков требует именно управленческого подхода, чем и занимаются главы и менеджеры организаций.

Можно сказать, что перевод бизнеса на дистанционную работу был временной мерой в рамках пандемической обстановки. Однако теперь, после снятия всех ограничений, многие компании начали работать наполовину удалённо, наполовину очно. И, несмотря на резкий скачок в обратную сторону после снятия мер, компании так же продолжают цифровизацию своего бизнеса и всех организационных сфер.

Список использованных источников:

1. Коротун О.Н., Кошель И.С., Мазур В.В. Менеджмент: основные технологии. Учебное пособие для бакалавров / Москва, 2022. (3-е изд.)

2. Коротун О.Н. Цифровая экономика: перспективы и риски. В сборнике: Современные проблемы управления конкурентоспособностью и инновационным развитием России. Материалы национальной научно-практической конференции. 2019. С. 78-82.

3. Шельгов А.В., Шаронин П.Н., Третьяк Е.Б. Эффективность использования кадров в медиаорганизации. Монография / Москва, 2019.

4. Кокорева А.Е., Коротун О.Н. Влияние цифровизации на совершенствование коммерческой деятельности организации. В сборнике: Прикладные исследования в области цифровизации управления бизнес-процессами. Материалы конкурса. Москва, 2021. С. 113-121.

5. Григорьева П.А., Коротун О.Н. Внедрение цифровых технологий в организации и их влияние на бизнес-процесс. В сборнике: Прикладные исследования в области цифровизации управления бизнес-процессами. Материалы конкурса. Москва, 2021. С. 82-87.



6. Пронин П.В., Коротун О.Н. Анализ последовательности совершенствования системы цифровизации бизнес-процессов. В сборнике: Конкурс прикладных исследований в области цифровизации управления бизнес-процессами (в рамках мероприятия "День менеджера"). Материалы конкурса. Москва, 2021. С. 66-69.

© Разживин Р.Г., Коротун О.Н., 2022

УДК 373.61.9:371-3

ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ К ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗВИВАЮЩЕЙ ТВОРЧЕСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ

Рахматова Г.Н., Имамова Д.Р.

*Бухарский инженерно-технологический институт, Бухара, Республика Узбекистан
Узбекский государственный университет мировых языков,
Ташкент, Республика Узбекистан*

Одной из глобальных задач инновационного развития в мире является формирование у людей творческих способностей. Сюда входит разработка новых идей, умение находить решения в сложных процессах, творческий подход к профессиональной деятельности, умение идти на разумный риск, профессиональное мастерство [1]. Важно развивать творческий потенциал, акмеологическую компетентность и креативность педагогов всего мира, создавать интеллектуальные ресурсы социально-экономического роста за счет комплексного использования традиционных и современных методов обучения посредством информационно-коммуникационных технологий и программ.

Стратегия действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан включает дальнейшее совершенствование системы непрерывного образования, повышение потенциала качественных образовательных услуг, продолжение политики подготовки высококвалифицированных кадров в соответствии с возможностями рынка труда, повышение качество и эффективность высшего образования. В связи с этим большое значение имеет развитие творчества преподавателей высших учебных заведений [2].

Стремительные изменения в стране открывают дорогу системе образования в мире, в том числе стремительное развитие современных информационных технологий, совершенствование мировых телекоммуникационных технологий, что требует творческого подхода к работе в среде электронного обучения.

Проблема способностей – одна из старейших проблем педагогики. Не только в прошлые века, но и сегодня многие великие педагоги и мыслители сосредоточили свое внимание на этом понятии. В частности, свои работы



написали Я.А. Коменский и Дж.Ж. Руссо, Д. Локк и И. Герберт, К.Д. Ушинский и Н.Г. Чернышевский, А.С. Макаренко и В.А. Сухомлинский и на практике неоднократно обращались к проблеме творческих способностей.

Главной задачей будущего учителя является создание благоприятных условий для всестороннего развития учащихся. Цель творческого обучения состоит в том, чтобы сосредоточиться на развитии творчества и новаторства учащихся, анализе деятельности по решению проблем, самостоятельном понимании проблем и развитии их собственных способностей, и это именно то, что необходимо для творческого обучения. Таким образом, важно развивать у учащихся творческие компетенции и педагогическое мастерство, а также совершенствовать их творческое мышление с помощью творческих методов обучения.

Креативность – сочетание организации образовательного процесса, формирования творческого процесса обучения, повышения креативности за счет творческих методов обучения и инновационных технологий, использование различных методов для развития баланса знаний и умений, активное участие в формировании образовательного процесса учащихся. программы предполагают достижение. Выявлены организационно-педагогические условия эффективной организации творческого обучения студентов в развивающей образовательной среде. Оно предполагает совокупность необходимых и достаточно важных условий, связанных с эффективностью той или иной методики. Студенты разных специальностей обязаны иметь следующие организационно-педагогические условия для творческого обучения, из которых развитие мотивации; реализация инновационных и методологических проектов; постоянный самоанализ, мониторинг; использование учебных пособий и результатов.

Наряду с развитием интеллектуального творчества учащихся использование различных технологий в творческой реализации их проектной деятельности позволит еще больше повысить качество образования.

Инновационная педагогическая деятельность формирует рост будущего учителя, открытие новых аспектов образования, образовательных технологий, основанных на нетрадиционности и оригинальности, а главное, умение мыслить, воспитывать, понимать, конструировать (рис. 1).



Рисунок 1 – Инновационные методы, развивающие интеллектуальное творчество учащихся



Сегодня методисты, тренеры и педагоги-практики нашей страны предлагают различные формы инновационных методов и применяют их на практике (рис. 2): карусель, дискуссия, работа в малых группах, аквариум, незаконченные предложения, движение Брауна, древовидное решение, самостоятельное выступление, ролевые игры, пресс-метод, позиционирование, дебаты, большие раунды и т.д. [4, с. 75].



Рисунок 2 – Инновационные методы, применяемые на практике

Он демонстрирует свой интеллектуальный потенциал, дизайнерские возможности, повышает качество и эффективность обучения.

Это означает, что учащиеся смогут работать в творческой среде, знать и осваивать содержание темы, способствовать развитию самостоятельных процессов проектирования, обмениваться знаниями, идеями и мыслями в развивающей творческой среде. Такие ситуации обеспечивают взаимную искренность и дают основу для приобретения новых знаний и навыков.

Список использованных источников:

1. Брошюра о быстром развитии и обновлении на основе стратегии действий. –Ташкент, 2017. – С. 70-71.

2. Мусаханова Г.М. Развитие организаторских способностей студентов в процессе самостоятельного обучения как педагогическая проблема. Научный электронный журнал: "Экономика и инновационные технологии". № 6, ноябрь-декабрь, 2020. – 222-227 б.

3. Пискунов А.И. От зарождения воспитания в первобытном обществе до конца XX в.: Учебное пособие для педагогических учебных заведений, – 2-е издание, исправленное и дополненное – М.: ТЦ «Сфера», 2001. – 283 с.

4. Структура ИКТ – компетенция учителя. Рекомендации ЮНЕСКО. - Гамбург, 2011. URL: <http://ru.iite.unesco.org/publications/3214694>.

5. <http://www.bilim.uz>

© Рахматова Г.Н., Имамова Д.Р., 2022



УДК 338.1

СУЩНОСТЬ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рачковская П.А.

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

Вся деятельность человека обусловлена потребностями, которые влияют на его поведение и принятие разного рода решений. Удовлетворение потребностей подразумевает потребление экономических ресурсов, небезграничных по запасам. Рост потребностей опережает пополнение ресурсов. Безграничность потребностей человека и ограниченность ресурсов ведет к конкуренции между хозяйствующими субъектами. Среда функционирования предприятий меняется большими темпами, от чего возникает необходимость для них развиваться, меняться и уметь приспосабливаться к нестационарной экономической реальности. Предприятиям необходимо уметь адаптироваться к колебаниям изменчивой внешней среды, а также удерживать спрос [1].

Безусловно, тема развития имеет большую значимость для отечественных организаций. Необходимость развития должна быть первостепенной для российских организаций, понимание чего позволяет находить пути повышения эффективности их работы, развивать новые формы производства, технологии и сбыта.

Посредством управления развитием предприятия наращивается его потенциал и повышается уровень его использования благодаря разнообразным инновациям. Управление развитием поможет обеспечить разумное понимание потребностей и возможностей развития, определение целей, выбор целесообразных методов их достижения, заинтересованность трудового коллектива в достижении целей развития, надежный контроль [2].

Некоторые ученые определяют развитие способом адаптации к изменениям окружающей среды, который противостоит отрицательным последствиям для сохранения основополагающих свойств системы. Другие рассматривают развитие как средство поэтапных, постепенных изменений системы для ее совершенствования и повышения устойчивости к внутренним и внешним опасностям. Следующая часть ученых видит в развитии предприятия форму усложнения, трансформации, увеличения параметров и роста объемных показателей определенной системы, что в итоге способствует повышению уровня качественного состояния.





Также положения о сущности развития предприятия разделяют по степени активности экономической системы относительно среды, а именно по проактивному и реактивному подходу.

Основоположники проактивного подхода полагают, что развитию предприятия необходимо быть впереди возможных негативных явлений и предупредить их. Данные явления могут возникать и во внешней, и во внутренней среде, а развитие должно опережать их, осуществляя непрерывный поиск наиболее эффективных и подходящих моделей ведения предпринимательской деятельности. Использование таких моделей и форм необходимо с целью предупредить отрицательный эффект микроэкономических и макроэкономических факторов, а также достигнуть конкурентоспособности и в последствии лидирующие позиции в области экономической деятельности предприятия.

Приверженцы реактивного подхода к пониманию развития считают развитие предприятия вторичным относительно воздействия среды и, что оно вызывается определенными факторами микро- и макроэкономики, которые окружают хозяйственную систему. Стоит полагать, что именно в таком состоянии пребывают отечественные организации, которые вынуждены искать пути развития из-за масштабных конкурентных угроз.

Данные подходы к сущности развития предприятия обоснованы и имеют право на существование. В экономической реальности сущность развития предприятия формируется из сочетания определенных свойств и факторов без превосходства какого-либо признака над другими. В соответствии с упомянутыми подходами можно высказать обобщающее определение данного понятия. Развитием предприятия называют поэтапное изменение сфер функционирования, которое обоснованно вызвано проактивной и реактивной реакцией управления на влияние внешней и внутренней среды, для достижения надежного и эффективного положения всех составляющих хозяйствующего субъекта.

Развитие предприятия – понятие многоаспектное, поэтому возникло множество видов развития по исследованию ученых и специалистов по ряду классификационных критериев.

Моисеев Н.Н. в своей работе различал развитие прогнозируемое (относительно предсказуемое изменение) и бифургационное (сложно предсказуемое преобразование реальности) по характеру происходящих изменений в системе [3].

Лапыгин Ю.Н. классифицировал развитие предприятия по месту протекания (внешнее, внутреннее) и по масштабу (микроразвитие – развитие элемента, макроразвитие – развитие системы).

Согласно Быдтаевой Э.Е. развитие характеризуется в зависимости от выражения величины (качественное, количественное) и в зависимости от скоротечности изменений (эволюционное, революционное).



В работе Безруковой Т.Л. развитие предприятия в соответствии со стабильностью состояния рассматривается как устойчивое и неустойчивое.

Гумеров Ш.А. в своей книге разделял развитие любой системы по качеству преобразования ее элементов экстенсивное и интенсивное [4].

Еще виды развития предприятия можно подразделять в соответствии с фактором открытости для изучающего (наблюдаемое, латентное), с контролем за изменениями (контролируемое, неконтролируемое), с функционированием субъекта развития (приспосабливающее, преобразующее), с временной протяженностью (краткосрочное, долгосрочное) и допустимостью управления (управляемое, неуправляемое).

Приведенные виды развития проявляются в большом количестве направлений развития хозяйствующих субъектов, которые представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Основные направления в развитии предприятий по мнению некоторых исследователей

Авторы	Основное направление в развитии, главная цель
Гончарук В.А.	Изменение в целях, стратегии, структуре и ее отдельных аспектах (структуре, технологиях, мотивации и поведении персонала)
Беленов О.Н., Долгих В.В.	Обеспечение конкурентоспособности. Для достижения этого требуются усовершенствования по формам и направлениям, которые включают преобразования в стратегии, НИОКР, маркетинге, финансах, производстве и управлении персоналом. Данные усовершенствования должны повлечь за собой пересмотр ассортиментной политики, появление новой продукции, повышение качества и увеличение масштабов производства.
Карлина Е.П., Чеснокова С.Ю., Потапова И.И.	Совершенствование системы бюджетирования и планирования, усовершенствование основных бизнес-процессов организаций
Тарануха Н.Л., Бобылева С.С.	Оптимизация имеющихся финансовых и имущественных активов, модернизация управления производством, увеличение контроля и ответственности руководства за результаты принятых решений, уменьшение затрат, увеличение маркетинговой и инновационной деятельности.
Кулиш С.М., Тимофеев Р.А.	Диверсификация, сегментирование рынка, нововведения и незамедлительное принятие мер.
Горшкова Л.А., Поплавская	Преобразования в стратегии, структуре организации и корпоративной культуре.

Также стоит упомянуть такое направление развития предприятий как улучшение систем управления, организации, контроля и информационного обмена.

Таким образом, главными направлениями развития организаций можно назвать изменения в ее функционировании, стратегии, культуре, бизнес-процессах, структуре и качестве.

В результате выделяют два способа управления развитием по перечисленным направлениям. Первый способ характеризуется тем, что развитие проводится внезапно, без конкретных целей и без необходимого внимания руководителей, осуществляется на протяжении текущей деятельности по инерции, не предполагает большого количества ресурсов и риска. Для данного способа развития характерная среда для его управления и реализации – оперативная деятельность. По второму способу развитие называют необходимой мерой увеличения конкурентоспособности организации. Данная мера требует от управления серьезных усилий по детализации целей, направлению на результат, по созданию особых



структур организации, использованию непростых и исключительных методов управления производством и рисками. Для второго способа характерной средой является проектное управление.

Для современных предприятий оба способа реализации направлений развития необходимы. Но по опыту развитых стран стандартные управленческие решения в ряде случаев уже не обеспечивают устойчивого конкурентного преимущества на протяжении длительного времени. Из этого следует, что первостепенными должны быть методы управления проектами, позволяющие целесообразно воплотить направления развития организации в изменчивой среде посредством уникального подхода в соответствии с определенной ситуацией [1].

Следует заметить, что развитие организации – это актуальное действие в экономической реальности, обладающее рядом видов и направлений реализации и требующее действенных способов управления, среди которых немало важная роль должна быть уделена методам проектного управления.

Список использованных источников:

1. М.А. Кушнер, Е.П. Карлина «Концептуальные основы управления развитием предприятия», Вестник ЮУрГУ, №21, 2011. С – 112-117.
2. Винокурова В.А. Управление развитием рыночных возможностей предприятия: Учебное пособие. - М.: Проспект, 2011. - 324 с.
3. Моисеев, Н.Н. Алгоритмы развития / Н.Н. Моисеев. – М.: Наука, 1987. – 304 с. – (Серия «Академические чтения»).
4. Гумеров, Ш.А. Развитие и организация / Ш.А. Гумеров // Системные концепции развития. – 1985. - № 4. – С. 71-74.

© Рачковская П.А., 2022

УДК 331.5

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ НА РЫНОК ТРУДА В 2022 г.

Редько А.В., Морозов Р.В.

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

Анализ рынка труда в России за 2021-2022 гг. показывает, что его структура постепенно меняется. На состояние рынка труда и уровень занятости населения в течение 2021-2022 гг. оказывают влияние следующие факторы: военная операция на Украине; санкции, которые против России ввели страны Запада и США; рост цен на продукты питания, услуги, коммунальные платежи; дифференциация общества на богатых и бедных и т.д. [2].



С момента начала военной спецоперации база вакансий сократилась на 122195 позиций до 905448 единиц. К такому выводу пришла крупнейшая российская компания интернет-рекрутмента HeadHunter (hh.ru), сравнив численность объявлений о найме на 21 февраля и 11 марта.

Больше всего пострадал спрос на персонал страховых компаний (в марте 2022 г. на hh.ru насчитывалась 1151 такая вакансия, что на 48% меньше по сравнению с февралем), автомобильного бизнеса (12584 вакансий, минус 27%), а также на специалистов по HR (19102 вакансии, минус 22%) и административный персонал (72140 активных вакансий, минус 20%). Единственная сфера, показавшая прирост вакансий, – госслужба (плюс 21% по сравнению с неделей перед началом военной спецоперации), но таких вакансий сравнительно немного – 7764 единицы [3].

После 24 февраля 2022 года число активных вакансий начало снижаться с каждым днем, а число активных резюме, наоборот, начало расти. Наиболее высоким уровнем конкуренции выделяется юридическая сфера, среди регионов лидирует Северо-Кавказский ФО.

В марте спрос на специалистов снизился по сравнению с февралем на 17,4%. Число активных вакансий уменьшилось во всех регионах, но наиболее заметно – в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

Наиболее сильно спрос снизился за месяц в сфере страхования. В марте 2022 г. на рынке труда было на 11% активных вакансий больше, чем в марте 2021 года. Более всего заметен повышенный по сравнению с прошлым годом спрос на начинающих специалистов и студентов, а в сферах автобизнеса, страхования и госслужбы, напротив, число активных вакансий снизилось.

Лидерами по годовому приросту активных вакансий в феврале среди регионов являются Дальневосточный и Сибирский федеральные округа. На рис. 1 показана динамика вакансий и резюме за 2019-2022 гг. [3].

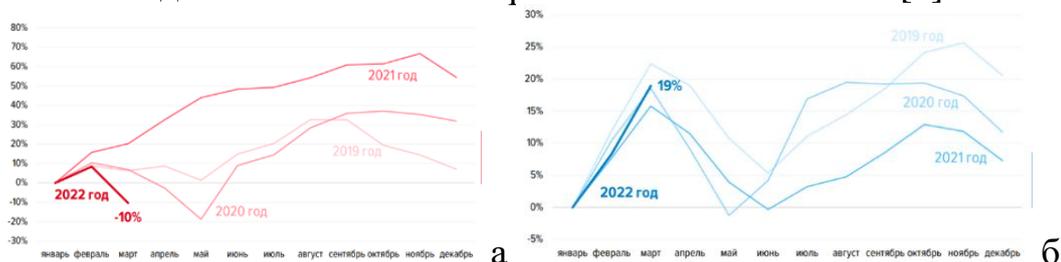


Рисунок 1 – Динамика а) вакансий; б) резюме к началу года

По сравнению с январем 2022 года в марте число активных вакансий снизилось на 10%, а число активных резюме в марте 2022 года выросло на 19% по сравнению с январем.



По данным экспресс-обзора EY, 53% крупных компаний сейчас приостановили набор персонала, 41% – заморозили программы обучения, 31% – сокращают соцпакеты. О сокращениях персонала сообщили 14% респондентов [4]. В выборке преобладают респонденты из нефтегазовой, металлургической, телекоммуникационной и энергетической отраслей.

Статистика hh.ru оптимистичнее: на 14 марта только 30% клиентов hh.ru остановили набор и 8% сократили наем персонала.

Как отмечают эксперты в летний период рынок труда начнет подстраиваться под новые реалии, реагируя на них неполной занятостью, развитием теневой и гаражной экономики и тому подобное. Рост зарплат не будет успевать за ростом цен и инфляцией и люди будут стараться компенсировать снижение дохода подработками, а это приведет к снижению производительности труда [1]. Однако текучесть кадров, по мнению экспертов, снизится: люди будут держаться за работу, осознав, что работа – ценность.

От ухода из России западных брендов выиграют локальные производители потребительских товаров (например, косметики), у них будет огромный потенциал найма. Спрос на инженерно-технические кадры, рабочие и сервисные специальности на производстве вырастет, пусть и не сразу, отмечают эксперты.

Список использованных источников:

1. Исманалиева Ж.А., Асанбекова З.С., Абдуллаева Ж.Д. Профессиональное образование и рынок труда // Бюллетень науки и практики. – 2022. - №3. – С. 305-310.

2. Казакова А.В., Лебедь В.Е. Эволюция подходов к определению самозанятости населения // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. - №3-1 (85). – С. 124-127.

3. Официальный сайт Группы компаний интернет-рекрутмента HeadHunter. URL: <https://hh.ru> (дата обращения: 11.05.22 г.)

4. Официальный сайт британской аудиторско-консалтинговой компании Ernst & Young (EY). URL: https://www.ey.com/ru_ru (дата обращения: 11.05.22 г.)

© Редько А.В., Морозов Р.В., 2022





УДК 332.6

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Родионова Е.И.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого», Санкт-Петербург*

Рынок недвижимости всегда был и остается точкой опоры экономического подъема в кризисные периоды [1]. Говоря о перспективах развития рынка недвижимости в 2022 году необходимо брать во внимание инвестиционные перспективы, миграцию населения, влияние пандемии [2].

Цель исследования – выявить основные тренды развития рынка недвижимости в 2022 году. Для достижения оставленной цели исследования применяются методы анализа и синтеза.

Основной проблемой сектора недвижимости остается снижение объемов строительства и повышение стоимости жилой недвижимости. Так, цены на квартиры и новостройки повысились на 50-60% за один лишь только год, средняя стоимость на первичном рынке Санкт-Петербурга достигла отметки 247 тыс. руб. за кв. м [3]. На рис. 1 приведена динамика изменения объемов строительства и цен на жилую недвижимость.

Объем строит.	Темп						
млн. кв. м	рост						
430	13	190	5	100	3,8	200	6
430	13,9	190	5,2	110	4,2	1000	3,9
430	13,9	170	5,7	110	4,2	1000	3,9
410	13	180	5,8	110	4,2	1000	3,9
380	11,8	180	5,8	120	4,3	110	4
370	11,4	190	5,9	110	4,1	110	4
240	11,1	180	5,9	100	5,4	110	4,4
360	10,2	200	6,1	100	5,1	145	5
360	10	210	6,2	170	5,6	150	5,3
360	10	210	6,2	170	5,6	150	5,3
360	10	210	6,2	170	5,6	150	5,3
310	11	240	6	200	6,1	170	5,3
310	9	200	8,8	210	6,7	180	5,7
280	8,5	300	10	240	8	200	6

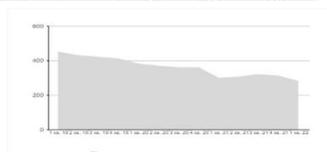


Рисунок 1 – Динамика объемов строительства и цен на жилую недвижимость

Такой стремительный рост обусловлен сокращением количества предложения, дефицитом строительных материалов, ростом ставки по кредиту [4].

В Санкт-Петербурге отмечен значительный рост цен на территориях редевелопмента и реноваций возле как у станций метро «Лесная», Ладужская», «Новочеркасская», «Черная речка», так в традиционно промышленных площадках, прилегающие к Лиговскому и Московскому проспектам. Программа реновации – главный источник капитала для крупных девелоперов [5]. Сектор недвижимости продолжает развиваться и экономически стабилизироваться благодаря государственным программам по реновации, которые являются главным источником капитала [6]. Благодаря программам реновации крупные компании могут позволить себе



продолжать зарабатывать в условиях кризиса [7]. На данный момент программа реновации стремительно внедряется в сектор недвижимости и строительства во многих городах и населенных пунктах. В рамках программы будет увеличиваться и качество жизни людей.

В период пандемии отмечен существенный рост спроса и цен на загородное жилье. Это, прежде всего, связано с пандемийными и туристическими ограничениями [8]. Кроме того, инфляционные колебания и кризисная нестабильность способствует повышению спроса на загородную недвижимость [9]. Переезд населения в загородные участки оказало свое влияние на рост цен загородного готового жилья и на земельные участки, которые только планируются построить. В связи с этим, рост цен наблюдается как на готовое загородное жилье, так и на участки с дальнейшим строительством. Тенденция сохранится в 2022 году и сменит тренд покупок новостроек. К концу марта 2022 года средняя стоимость загородного дома увеличилась до 116,2 тыс. рублей за кв. м (за объект в среднем зафиксирована на уровне 28,2 млн. рублей). В сегменте таунхаусов цена секции составила 111,6 тыс. рублей за кв. м (за объект 17,2 млн. рублей).

В 2021 году наблюдается бум цен на покупку строительных материалов. Многие люди готовы покупать квартиры и дома с дальнейшей необходимостью проведения в них ремонтных работ. Это и повлекло за собой рост цен на строительные материалы и на услуги ремонтных компаний. Тенденция сохранится в 2022 году и продолжит расти, когда сейчас уже цены выросли на 30%.

Стабильный доход от ренты все больше привлекает инвесторов на рынок недвижимости. Отметим, что цены на квартиры выросли порядком на 40-60% в условиях пандемии, а арендная плата на снимаемое жилье осталась практически такой же, поэтому инвестиции в покупку квартиры с целью сдачи ее в аренду окупится не быстро.

Для того чтобы увеличивался спрос на квартиры и строительные материалы, застройщики идут на поиски новых способов стимуляции. Это связано, прежде всего, с ростом цен на квартиры и строительные материалы. Лучший выход в такой ситуации будет уменьшение площади жилых квартир. Таким образом, большой спрос будет приходиться на студии. Подобная тенденция сохранится и в 2022 году.

Вследствие стремительного роста электронной торговли наиболее привлекательным для инвесторов стал сегмент складской недвижимости. Склады становятся все больше популярными у владельцев онлайн-бизнеса. Ожидается, стремительный рост предложения к 2025 году. Помимо этого, такие предприниматели будут нуждаться в распределительных центрах для улучшения качества доставки товаров к покупателям. Объем предложения растет с каждым годом, основной спрос приходится на транспортно-



логистические компании. Дефицит складской недвижимости привел к увеличению рентного дохода. Средний диапазон ставок аренды составляет 550-800 рублей за кв. м в месяц, включая НДС и эксплуатационные платежи.

Таким образом, за последние три года отмечено заметное повышение цен на рынке недвижимости в сегментах жилой недвижимости. Существенного сокращения цен в ближайшее время не ожидается. Среди коммерческой недвижимости наибольшим спросом в кризисный период пользовалась складская недвижимость, спрос и ставки в этом сегменте продолжают повышаться и в 2022 году.

Список использованных источников:

1. Озеров Е.С., Пупенцова С.В. Моделирование процесса ценообразования в сделках с коммерческой недвижимостью // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2015. № 12 (171). С. 29-37.

2. Лаврененкова О.М., Пупенцова С.В. Инвестиционная привлекательность проектов зеленого строительства // В сборнике: Промышленная политика в цифровой экономике: проблемы и перспективы. Труды научно-практической конференции с международным участием. Под ред. А.В. Бабкина. 2017. С. 518-522.

3. Как выросли цены на новые квартиры // РБК: https://www.rbc.ru/spb_sz/23/04/2022/625fc16c9a7947818a34ab54 (Дата обращения 30.04.2022)

4. Пупенцова С.В., Русанов С.В. Исследование вариантов развития застроенных территорий в Санкт-Петербурге // Экономика строительства. 2018. № 4 (52). С. 34-46.

5. Поляков Д.К., Пупенцова С.В., Некрасова Т.П. Мировой и отечественный опыт редевелопмента территорий // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2018. № 4 (34). С. 67-75.

6. Popova P.V., Pupentsova S.V. Stages of development of redevelopment in st. Petersburg // В книге: Труды VIII научно-практической конференции с международным участием. Под редакцией А.В. Бабкина. 2017. С. 310-315.

7. Попова П.В., Пупенцова С.В. Редевелопмент как стратегический вектор развития территорий России // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2017. № 4 (30). С. 51-58.

8. Середнева О.В., Пупенцова С.В. Сравнительный анализ методов финансирования на рынке жилой недвижимости // В сборнике: Неделя науки СПбПУ. материалы научной конференции с международным участием. 2017. С. 132-135.

9. Ласкин М.Б., Пупенцова С.В. Определение темпов инфляции в инвестиционно-строительном секторе экономики // Статистика и Экономика. 2018. Т. 15. № 3. С. 14-22.



10. Погодина С.И., Пупенцова С.В. Особенности формирования арендной ставки на объекты складской недвижимости // В сборнике: Неделя науки СПбГПУ. материалы научно-практической конференции с международным участием. Инженерно-экономический институт СПбГПУ., 2014. С. 103-105.

© Родионова Е.И., 2022

УДК 330.322

ТЕОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УЧЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ

Рожков Е.В.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург

Теория кейнсианства была разработана в прошлом веке и послужила в какой-то мере основой выхода Англии и США из экономического кризиса. Исходя из данной теории, при обязательном регулировании экономики, необходимо стремиться к устойчивому росту доходной части бюджета и высокой занятости трудоспособного населения. Успешное развитие хозяйства во многом зависит от совокупного спроса, который определяется тремя составляющими: потреблением населения, инвестициями предприятий и соответственно, расходами бюджета [1].

Теория Дж. Кейнса (30-е годы XX века) показывает о необходимости в проведении активной бюджетно-финансовой политики: увеличения количества и размеров налогов, расширение государственных закупок и т.д. И в 50-60-е годы кейнсианство стало господствующей экономической теорией и произошёл процесс «огосударствления экономической науки», который проявлялся в массовом привлечении академических экономистов на службу в государственные структуры, осуществляющие экономическую экспертизу; в возникновении различных «мозговых центров», ставших пунктами трансформации экономических идей в практические рекомендации правительству. Кейнсианская концепция макроэкономической политики сочетала идею бюджетного регулирования с кредитно-денежной политикой, она предполагала выбор такой траектории экономического роста, которая позволила бы достичь компромисса нескольких идей: высокого уровня занятости и низких темпов инфляции, экономической стабильности и высоких темпов роста, равновесия платёжного баланса. В 80-е – 90-е годы наиболее эффективно кейнсианские методы фискальной политики использовали такие страны, как: Гонконг, Ю.Корея, Малайзия, Таиланд, Сингапур, Тайвань; гибкого изменения налоговых ставок и государственных расходов: Н. Зеландия, Австрия, Англия, США, Япония, Швеция и Швейцария [1].



Оригинальность теории Дж. Кейнса захватывает тем, что он берётся за опровержение основ главного течения Мейнстриум, за которым стоит целая плеяда выдающихся экономистов. Сразу выявляется вызов, брошенный неоклассике. В причинно-следственных связях теория Дж. Кейнса охватываются три взаимозависимые категории: занятость, доход, потребление, а также инвестиции, от которых зависит эффективный спрос. Все перечисленные категории не только связаны друг с другом, а вытекают одна из другой. А поскольку эти связи повторяются непрерывно и явились особенностью видения предмета, теория Кейнса охватила воспроизводственный процесс с учётом причинно-следственных последовательностей, связей и закономерностей повторяемости [2].

Также, исторические условия прошлого столетия требовали переоценки таких принципиальных положений аналитического аппарата Дж. Кейнса, как допущения онтологической неопределённости будущего, отрицание рациональности мотивов деятельности людей, познание окружающей реальности с позиций холизма, изучение хозяйственных явлений в краткосрочном периоде, а также отрицание влияния на экономические процессы технологического фактора [3].

Федеральным законодательством о муниципальном имуществе определены основные принципиальные начала управления, учёта и контроля, предложен перечень объектов, который может находиться в собственности муниципальных образований, установлены особенности управления и т.д. [4].

Доминирующая в последние годы тенденция всесторонней либерализации государственного управления объективно предполагает изменение ролей, прав и статуса субъектов, которые владеют землёй, недвижимостью и иными ресурсами. Декларируемым трендом государственной политики современной экономики является построение либеральной рыночной экономики. Сегодня, по мнению экономистов, одной из приоритетных и фундаментальных проблем в процессе создания конкурентоспособной экономики страны является изменение самого института права собственности, который приводит к такой проблеме, как изменение структуры и системы управления собственностью, роли и места в ней государственной собственности. Либерализация экономики и государственного управления предполагает большие преобразования, которые направлены на оптимальную организацию оборота объектов недвижимого имущества и целью их является повышение экономической эффективности управления [5].

Система управления муниципальным имуществом представляет собой процесс согласованной деятельности управленцев, властных структур и менеджеров на соответствующих уровнях, наделённых полномочиями по управлению собственностью. Эффективное управление



собственностью открывает возможности извлечения выгоды от владения, пользования и распоряжения объектами муниципальной собственности [6].

Применение новых технологий в управлении собственностью поможет реализовать социальные и экономические задачи, стоящие перед органами местного самоуправления в кратчайшие сроки с учётом использования таких теорий, как кейнсианство и неокейнсианство.

Из представленных учений, в любом взаимодействии, на рынке, в организации или в политике, изначально отсутствуют какие-либо гарантии достижения соглашения. А в самом обычном случае любое взаимодействие неопределённо, так как в нём участвуют разнородные стороны, и оно раскрывается в течение времени [7].

Сегодня, в современных условиях развития экономики, её целенаправленности на результат, сложно проникнуть в философскую основу всех экономических учений и школ. В этом и заключается смысл изучения философии – в возможности разобраться в разнице экономических учений и в то же время, нахождения одно целого, какого-то общего «зерна» в учениях разных экономических школ, их отношению к собственности и правам собственности.

Список использованных источников:

1. Миролюбова Т.В. Теоретические и методологические аспекты государственного регулирования экономики в субъекте Федерации: монография. Пермь. - 2008. - 402 с.

2. Хубиев К.А. Методологический прорыв Дж. М. Кейнса // Вопросы политической экономии. - 2020. - № 1 (21). - С. 17-35.

3. Мальцев А.А. Экономическая наука послевоенной эпохи: вульгаризация кейнсианства или ответ на вызовы времени? // Вестник Института экономики Российской академии наук. - 2014. - № 2. - С. 146-156.

4. Ершова И.В., Цицерман Ю.С. Государственное и муниципальное имущество: анализ законопроекта // Актуальные проблемы российского права. - 2019. - № 12(109). - С. 62-69.

5. Бруль М.И., Хмара Ю.Н. Правовые и организационные основы управления и распоряжения государственной и муниципальной собственностью в России: ретроспектива и современные тенденции // Государственное регулирование социально-экономических процессов региона и муниципалитета: вызовы и ответы современности. Сборник научных трудов магистрантов и преподавателей. Челябинск.-2020- С. 34-44.

6. Челебий Р.А., Шевченко О.П. К вопросу проблемы оценки эффективности управления государственной и муниципальной собственностью // Экономика, управление, финансы: теория и практика. Сборник материалов XI-ой международной очно-заочной научно-практической конференции. Москва. В 2 т. - 2019. - С. 57-60.



7. Матвеева А.И. Диалектика взаимосвязи между социальным партнёрством и социальной ответственностью: философско-экономический анализ // Глобальный научный потенциал экономическая социология и демография. - 2016. - № 12 (69). - С. 121 – 123.

© Рожков Е.В., 2022

УДК 347.27

ПРОБЛЕМА ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

Руденко Д.В., Квач Н.М.

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

В настоящий момент понятие слова «ипотека» является относительно молодым и быстрорастущим, хотя история ипотечного кредитования берет свое начало еще задолго до отмены крепостного права.

Ипотечное кредитование содержит в себе значительный потенциал экономического развития, а также играет важную социальную роль, обеспечивая доступным жильем население с невысоким уровнем дохода.

Ипотека – один из подвидов залога без передачи заложенного имущества залогодержателю. Ипотека (от греч. *hypotheka* – залог, заклад) представляет собой залог недвижимости для обеспечения денежного требования кредитора-залогодержателя к должнику (залогодателю) [1].

Главными проблемами ипотеки в Российской Федерации (РФ) сейчас являются низкие доходы страны в целом и каждого человека в отдельности, существенная инфляция, монополизация рынка строительства жилья, особенности миграции, недостаточное участие государства в поддержке ипотеки и неразвитость рынка ипотечных бумаг.

Рост цен на недвижимость в России является главным источником новостей в последнее время, занимая первые полосы газет вместе с новостями о газе, санкциях и противостоянии РФ по линии Украина-США-НАТО.

Поговорить и правда есть о чем: с начала пандемии стоимость жилья выросла на ~40%. Это больше, чем за предыдущие семь лет вместе взятых. Не малую роль в этом процессе сыграло повышение ключевой ставки, приведшее к удвоению стоимости ипотеки с начала года. Это наносит рынку недвижимости серьезный «двойной удар»: падение спроса, как за счет взвинченных цен, так и за счет высоких ипотечных ставок.

Можно не сомневаться, что в 2022 году можно будет увидеть резкое падение продаж и прибыли застройщиков, стоимости их акций и темпов



роста ВВП. Вместе с тем это создает окно возможностей для людей, мечтающих улучшить свои жилищные условия.

Согласно отчетам крупнейших девелоперов страны, сегодня приблизительно 80% недвижимости продается в ипотеку [2]. Не трудно представить, что будет с ценами на квартиры, когда продажи ипотечного жилья снизятся вдвое, до 40%.

Строительство – это невероятно капиталоемкий бизнес и в случае существенного падения спроса застройщикам придется идти на беспрецедентные меры – устраивать распродажи и снижать цены. А, учитывая огромное количество новых проектов, которые на пике ажиотажа застройщики начали массово возводить, это создаст избыточное предложение квартир в следующем году.

Центральный Банк 28 февраля 2022 года повысил ставку до 20% – это в два раза больше, чем было ранее, и несмотря на снижение до 17% 29 апреля 2022 года (рис. 1) этот показатель остается досочно высоким, что вызывает беспокойство потенциальных заёмщиков и тех, кто уже взял ипотеку [3]. И хотя мир изменился, но платить по обязательствам нужно как в старые добрые времена.

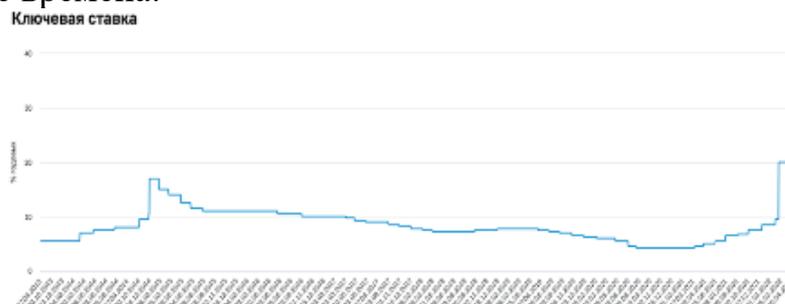


Рисунок 1 – Динамика ключевой ставки в РФ за период 2013-2022 гг., %.

Если заёмщик оказался в трудной жизненной ситуации, то он может обратиться в банк за предоставлением ипотечных каникул, при условии условия, что это единственное жилье, и сумма ипотеки не более 15 млн. руб. Банк без согласия заёмщика не имеет права изменять ставку по кредиту, если это не предусмотрено договором.

Для получения ипотеки граждане могут воспользоваться льготными ипотечными программами, которые продолжают работать, Ставки остаются прежними: 6% – для семейной ипотеки, 7% – для льготной, 2% – для дальневосточной. Также по-прежнему работает материнский капитал, который можно использовать как первоначальный взнос или для погашения долга, а субсидии, предоставляемые многодетным семьям, дают право на получение 450 тыс. руб. направляемых на погашение ипотеки.

Предсказать, как поведёт себя рынок жилья достаточно сложно. С одной стороны есть повышение цен на материалы и дорогие кредиты для застройщиков, а с другой снижение спроса.



Для помощи гражданам, повышения доступности льготной ипотеки и поддержания спроса на жилье в России планируется снижение ставки по льготной ипотеке на новостройки с 12% до 9% [4].

Такие меры конечно же поспособствует возврату заемщиков на рынок и помогут застройщикам, но для полноценного возвращения спроса на постковидные пиковые уровни, который стал драйвером роста для множества отраслей, нужно возвращение ставки к прошлым значениям (6,5-7% [5]).

Изменения происходящие на рынке недвижимости затрагивают всех причастных к строительству, ведь строительная отрасль традиционно является мощным драйвером для всей экономики. Каждое рабочее место в строительном секторе создает до 7 рабочих мест в смежных отраслях экономики, т.е. частично решается социально-экономическая проблема – проблема безработицы.

Таким образом, реализация эффективных государственных программ и перспективы ипотеки будут влиять на все сферы жизни общества и зависеть от многих факторов: улучшения общей социально-экономической ситуации в стране, ускоренного развития технологической сферы, обеспечения финансовой поддержки семей с детьми и т.д.

Список использованных источников:

1. Ипотечное кредитование / А. В. Мукабенова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – С. 379-381. – URL: <https://moluch.ru/archive/53/6792/> (дата обращения: 25.04.2022).

2. Ипотека и инвесторы раздули цены и спрос на квартиры в Москве и Подмосковье в 2021 году // Индикаторы рынка недвижимости URL: <https://www.irn.ru/articles/41735.html> (дата обращения: 01.05.2022).

3. Ключевая ставка Банка России // Банк России URL: https://www.cbr.ru/hd_base/KeyRate/ (дата обращения: 01.05.2022).

4. Минфин внес в правительство проект о снижении ставки по льготной ипотеке до 9% // КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА URL: <https://www.kp.ru/online/news/4726466/> (дата обращения: 01.05.2022).

5. Эксперты: Застройщикам с рисками 2022 года поможет справиться финансовая «подушка», накопленная в минувшем году // Единый ресурс застройщика URL: <https://erzrf.ru/news/eksperty-zastroyshchikam-s-riskami-2022-goda-pomozhet-spravitsya-finansovaya-podushka-nakoplennaya-v-minuvshem-godu> (дата обращения: 01.05.2022).

© Руденко Д.В., Квач Н.М., 2022



УДК 330.322; 004.92

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рязанова Ю.Р., Петрова З.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Хабаровский государственный университет экономики и права», Хабаровск

Предприятия и организации играют жизненно важную роль в экономике любой страны. Именно они являются ядром экономической системы, занимаются производством различной продукции, выполнением работы и оказанием услуг [1]. Для осуществления хозяйственной деятельности, производства продукции, получения доходов и создания накоплений используют материальные, трудовые и финансовые ресурсы. Наличие в достаточном объеме финансовых ресурсов, их эффективное использование, определяют устойчивое развитие экономики страны, её стабильность и планомерный рост. В результате своей текущей деятельности предприятия получают прибыль, создавая в процессе рабочие места, обеспечивая занятость населения и уплачивая все необходимые платежи и сборы в бюджет. Тем самым, занимаясь своей непосредственной текущей деятельностью, они образуют кругооборот финансовых ресурсов, материалов, товаров и доходов.

В ходе осуществления своей деятельности у предприятий возникают финансовые отношения, связанные с реализацией продукции, оказанием услуг с последующим формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов.

В финансовой и экономической литературе широко используется термин «финансовые ресурсы», в который финансисты и экономисты вкладывают различные значения.

По мнению ученого-экономиста Романовского М.В. финансовые ресурсы организации – это все источники денежных средств, аккумулируемые предприятием для формирования необходимых ему активов в целях осуществления всех видов деятельности, как за счет собственных доходов, накоплений и капитала, так и за счет различного вида поступлений [2].

Чалдаева Л.А. рассматривает финансовые ресурсы организации как совокупность денежных средств и поступлений извне, находящихся в распоряжении предприятия и предназначенных для выполнения обязательств, финансирования текущих затрат и затрат, связанных с расширением производства [3].

Колышкин А.В. понимает под финансовыми ресурсами предприятия денежные средства, имеющиеся в распоряжении предприятия [4].



Следовательно, финансовые ресурсы предприятий – это собственный, заемный и привлеченный денежный капитал, который используется предприятиями для формирования своих активов и осуществления производственно-финансовой деятельности в целях получения соответствующих доходов и прибыли. Формирование финансовых ресурсов производится в процессе создания предприятий и реализации их финансовых отношений при осуществлении хозяйственно-финансовой деятельности.

Финансовые ресурсы предприятия целесообразно изучать с позиции системного подхода. Системой финансовых ресурсов предприятия необходимо считать совокупность всех активов предприятия, которые могут быть использованы им в качестве знаков распределяемой стоимости при осуществлении своей финансово-хозяйственной деятельности и для обеспечения условий расширенного воспроизводства. Систему финансовых ресурсов предприятия необходимо рассматривать с четырех основных позиций:

1. Экономическая. Подчиняется экономическим законам и действует в сфере финансово-кредитных отношений.
2. Динамическая. Изменяется в течение определенного времени (финансовый или производственный цикл).
3. Открытая. Взаимодействует с окружающими факторами.
4. Управляемая. Подвергается определенным корректировкам с целью улучшения.

Процесс формирования и использования финансовых ресурсов является одним из ключевых аспектов развития социально-экономической системы, определяющих конечную эффективность всего общественного воспроизводства.

Состав финансовых ресурсов, их объемы зависят напрямую от вида и размера предприятия, рода его деятельности, объема производства. Чем больше объём производства и выше эффективность работы предприятия, тем больше величина собственных финансовых ресурсов, и наоборот. Наличие достаточного объёма финансовых ресурсов, их рациональное использование, определяют платёжеспособность, финансовую устойчивость и ликвидность организации. Именно поэтому главной задачей предприятия является увеличения собственных финансовых ресурсов и грамотное их использование в целях повышения эффективности работы предприятия [5].

Источники финансовых ресурсов организации можно подразделить на две группы: собственные и заемные. За счет собственных средств финансируется текущая и инвестиционная деятельность, формируются активы организации. Собственный капитал включает в себя: уставный капитал; добавочный капитал; резервный капитал; целевые финансирование



и поступления; выручка от реализации товаров (работ, услуг). Заемный капитал организации включает в себя денежные средства или другие имущественные ценности, привлекаемые на возвратной основе для финансирования развития деятельности фирмы. Заемные средства по видам финансовых ресурсов включают: банковский кредит; лизинг; облигационные займы; венчурное финансирование; бюджетные источники финансирования; факторинг; иностранные инвестиции [5].

На начальном этапе первым источником финансовых ресурсов предприятия является уставной капитал и имущество, приобретенное за счет вкладов собственников. В дальнейшем состав финансовых ресурсов формируется из таких источников: амортизационные отчисления, прибыль, дополнительные взносы учредителей, заёмные средства, привлечённые средства [6].

Оптимальная структура финансовых ресурсов предприятия – это сочетание собственного и заемного капитала компании, которое увеличивает рыночную стоимость бизнеса при минимальном объеме вложений [7].

Существенное влияние на организацию финансов компаний оказывает цифровизация. Одним из приоритетных направлений развития финансовых технологий в России являются «Невидимые финансы», то есть легкое и бесшовное встраивание финансовых продуктов и услуг в нефинансовые сервисы.

В настоящее время наблюдается тенденция к синергии финансовых и нефинансовых сервисов, их объединение в экосистемы, предлагающие клиентам разнообразные услуги в режиме одного окна. В результате появляются приложения, которые охватывают практически все сферы жизни.

С целью сокращения издержек финансовых организаций на хранение и обработку бумажных документов планируется принятие закона, создающего правовые условия для электронного хранения документов.

В январе 2022 г. Банк России выступил с предложением полностью запретить выпуск и обращение криптовалют, а также осуществление инвестиций в связанные с ними активы на территории Российской Федерации. Позиция российского Центробанка обосновывается угрозами для суверенитета денежно-кредитной политики, рисками реализации экологической повестки, а также сложностями регулирования крипторынка, функционирующего за рамками традиционных банковской и платежной систем. Запрет операций в криптовалютах напрямую связан с планами Банка России по введению цифрового рубля, тестирование которого запланировано осуществить в текущем году.

Цифровой рубль – новая форма денег, которая будет эмитироваться Банком России в цифровом виде, являться его обязательством и



использоваться наряду с наличными и безналичными рублями. При этом цифровой рубль будет иметь форму уникальной цифровой единицы, хранящейся в специальном электронном кошельке на платформе Банка России. Введение цифрового рубля позволит создать ряд дополнительных преимуществ для граждан и бизнеса [8].

Одним из главных условий цифровизации предоставления финансовых услуг является обеспечение возможности дистанционного использования клиентами финансовых организаций (физическими и юридическими лицами) усиленной квалифицированной электронной подписи (УКЭП).

Благодаря Системе быстрых платежей (СБП) гражданам будет предоставлена возможность совершения платежей. Развитие СБП позволит сделать платежные операции более простыми, доступными и удобными для граждан и бизнеса, что будет способствовать развитию безналичных платежей. Компании получают возможность сократить свои транзакционные издержки и повысить оборачиваемость денежных средств за счет использования сервисов СБП. Также повысится оперативность поступления средств в бюджет и скорость доведения бюджетных выплат до их получателей [8].

Активное внедрение технологий искусственного интеллекта и робототехники во все сферы жизнедеятельности человека поставило целый ряд вопросов перед регулятором. Применительно к финансовой сфере методы нейронных сетей получают активное распространение в различных областях и сферах, начиная от фундаментальных исследований и заканчивая задачами добычи данных, прогнозирования, управления рисками, автоматического рейтингования и считывания чеков, обеспечения безопасности транзакций по банковским картам, инженерных приложений и т.д. В работе с алгоритмами искусственного интеллекта в финансовой сфере широко применяется фильтрация информации и поведенческий анализ. Искусственный интеллект успешно применяется при моделировании, анализе и прогнозировании более медленных и регулярных экономических процессов, в частности, в инвестиционной деятельности, кредитовании и маркетинге искусственный интеллект также упрощает работу с неструктурированными и разрозненными базами данных, в которых хранится информация об отдельных объектах, уменьшая затраты на количество аналитиков, работающих с каждым сегментом.

Подводя итог, важно отметить, что финансовые ресурсы предприятий – это сложная экономическая категория. От наличия у предприятия достаточного количества финансовых ресурсов напрямую зависит успешность предпринимательской деятельности и надежность организации как делового партнёра, но, что ещё более важно, от этого зависит устойчивое развитие экономики всей страны, её стабильность и



планомерный рост. Вот почему в современных условиях существенно повышается ответственность хозяйствующих субъектов за финансирование своей деятельности.

Одной из стратегических задач Банка России является содействие цифровизации финансового рынка и экономики в целом. Внедрение и развитие финансовых технологий способствуют повышению доступности и качества финансовых услуг и сервисов для граждан и бизнеса, созданию конкурентной среды, а также оптимизации бизнес-процессов участников рынка [8].

Санкционное давление на Россию ускорит цифровую трансформацию отечественной промышленности, частью которой станет внедрение цифровых двойников изделий на предприятиях. Наибольшую значимость в процессе обеспечения технологического суверенитета России под влиянием санкций будут иметь программы, цифровые технологии и платформенные решения, которые позволяют разрабатывать инновационную продукцию. В их основе будут представлены лучшие технологии.

Список использованных источников:

1. <https://ac.gov.ru/files/publication/a/21979.pdf>
2. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для вузов / М. В. Романовский [и др.] ; под редакцией М. В. Романовского, О. В. Врублевской, Н. Г. Ивановой. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 523 с.
3. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия : учебник и практикум для вузов / Л. А. Чалдаева. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 435 с.
4. Экономика предприятия : учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин [и др.] ; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 479 с.
5. Маркарьян Э. А. Финансовый анализ: учеб. пособие М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2018. 224 с.
6. Семенова Н.М. Финансовые ресурсы как ограничение устойчивого быстрого роста фирмы Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 5 (77). 31 с.
7. Пан Т. Финансовые ресурсы предприятия Мир современной науки. 2019. № 3 (37). с. 53-59.
8. https://www.cbr.ru/Content/Document/File/131360/oncfr_2022-2024.pdf

© Рязанова Ю.Р., Петрова З.А., 2022



УДК 336.763

РИСК И НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ НА ФОНДОВОМ РЫНКЕ

Сабиржанова Е.В., Квач Н.М.

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

Деятельность инвестора неразрывно связана с такими понятиями как «риск» и «неопределённость». Оба концепта содержат ряд разнообразных формулировок и на практике обладают субъективно-ситуативным характером толкования. Четкое понимание и учет данных факторов являются необходимыми составляющими инвестиционной стратегии, поскольку именно она оказывает прямое влияние на результат.

Относительно теории неопределенность чаще всего интерпретируют как полное или частичное отсутствие информации о чем-либо. В совокупности с положениями фондового рынка, неопределенность формирует одно из его основополагающих свойств – изменчивость. В разный период времени рынок обладает уникальными характеристиками и поскольку спектр факторов, влияющих на него слишком широк, его будущее состояние невозможно точно спрогнозировать. На макроуровне к таким факторам относятся страна, ее социальные и экономические особенности, инвестиционный климат, регион, правовое и законодательное обеспечение. На микроуровне тактические и стратегические действия отдельных инвесторов, конкретные мнения и аналитика авторитетных субъектов, особенности отрасли, к которой относятся активы, а так же личные предпочтения касательно формирования портфеля ценных бумаг у инвестора. Влияние каждого из перечисленных факторов в зависимости от ситуации может быть разным, что еще сильнее затрудняет полномасштабный анализ.

С другой стороны, изменчивость образуется за счет эффективного и мгновенного реагирования субъектов на каждое происходящее событие, где под эффективностью подразумевается быстрая обработка возникающей информации, в редких исключениях являющейся корректной. Совокупность иррациональных оценок формирует неравномерное и подверженное локальным колебаниям информационное поле между участниками, а время, необходимое для того, чтобы информация дошла до субъектов, уровень их доступа к ней и возможность наиболее правильно проанализировать и воспользоваться обработанными данными, способствуют поддержанию возникающей диспропорции. Неопределенность представляет собой естественное состояние рынка, в рамках которого и происходит инвестиционная деятельность.



Если неопределенность характеризует состояние рынка, то риск характеризует модель поведения субъекта по отношению к неопределённости, в контексте которой всегда существует страх понести какие-либо потери. В теории риск является измеримой величиной и прямо пропорционален доходу, классическая графическая интерпретация данных положений изображена на рис. 1.

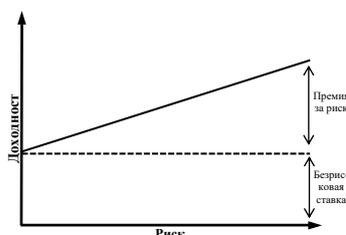


Рисунок 1 – Зависимость доходности от риска на фондовом рынке.

На практике природа риска не поддается оценке. Это связано, во-первых, со спецификой аналитики взаимосвязи риска и доходности – каждый субъект расценивает риск по-своему, кто-то делает это с поправкой на потерю потенциальной доходности, а кто-то рассматривает исключительно вероятность понести убытки. Таким образом, возникает вопрос, какая интерпретация риска является общей? В силу субъективности оценки невозможно дать однозначный ответ. Во-вторых, неопределенность на рынке влечет за собой невозможность установки точной вероятности события не только априори, но и постфактум – если событие наступило, далеко не факт, что оно обязательно должно было произойти, а если оно не наступило, это еще не означает его нулевую вероятность [2]. Зачастую, при оценке риска с помощью ретроспективного анализа, инвесторы предполагают, что будущее будет обладать несколько измененными свойствами прошлого. На самом деле, в рамках исследований невозможно обнаружить в прошлом следы неопределенности, так как события уже наступили. Анализ на основе исторической базы не рассматривает в должной мере и нетривиальные события, которые могут быть как еще более благоприятными, так и еще более неблагоприятными, чем в прошлом, предполагая, что вероятность таких событий настолько мала, что ее можно не брать во внимание. Таким образом, риск не только является неизмеримым, его в целом, невозможно увидеть, пока не наступит событие.

Еще одно заблуждение при анализе риска возникает, когда начинающие инвесторы отождествляют волатильность с показателями рискованности актива, в то время как она является показателем эффективности рынка. Каждый стоимостной скачок подразумевает под собой сумму инвестиционного ожидания от актива, сформированное на основании аналитических положений инвесторов, поэтому несмотря на внятные данные и возможность экстраполяции, волатильность не отражает степень риска. Реальный опыт указывает на то, что волатильность имеет



место лишь тогда, когда речь идет о аналитике исторических показателей, а в текущем моменте инвестор думает, в первую очередь, не о изменчивости цены на актив или его возможной доходности, а о вероятной потере чего-либо.

Относительно доходов, в классической теории доминирует установка, согласно которой корреляция риска и доходности является прямо пропорциональной и демонстрирует положительную тенденцию к росту, тем самым высокий риск обязательно обеспечен высокой доходностью, однако будь это так, инвесторы всегда предпочитали бы пойти на риск. На деле, построенная зависимость исключает влияние неопределенности на ситуацию, сущность которой заключается в колоссальной вариативности любого рода событий. Таким образом, корректнее утверждать, что чем выше риск, тем выше степень неопределенности, в рамках которой высок как потенциальный доход, так и потенциальные потери [3]. График, на основе изложенных выше условий, представлен на рис. 2.

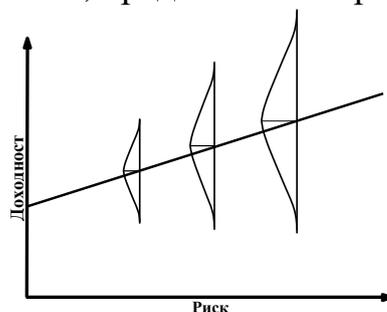


Рисунок 2 – Реальная зависимость доходности от риска на фондовом рынке.

Таким образом, для инвестора очень важно построить свою собственную стратегию инвестирования с поправкой на фактор неопределенности, а также с учетом отношения субъекта к риску, поскольку результирующие показатели его инвестиционной деятельности будут напрямую зависеть от нее.

Список использованных источников:

1. Беспалова О.В. Отличительные особенности понятий «неопределенность» и «риск»
2. Маркс. Г., Джонсон П. О самом важном/Нетривиальные решения для думающего инвестора – М., 2018. – 268 с.
3. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль / пер. с англ. - М.: Дело, 2003. - 360 с.
4. Редхем, К. Управление финансовыми рисками - М.: ИНФРА-М, 2019. - 288 с.
5. Фондовый рынок. Расчет и риск. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 192 с.

© Сабиржанова Е.В., Квач Н.М., 2022



УДК 336.228

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Сакова А.А., Кущенко Д.В.

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

Одним из приоритетов развития государства является создание прозрачной налоговой среды и обеспечение своевременности осуществления налоговых обязательств со стороны субъектов налоговых отношений. Налоговый контроль является ключевым элементом системы налогообложения, так как он позволяет дать оценку объемам налоговых поступлений в бюджет государства. Налоговые проверки как форма налогового контроля способствуют достижению целей, обозначенных налоговой политикой государства, а также позволяют контролировать соблюдение налогового законодательства при осуществлении деятельности субъектами налоговых отношений.

В соответствии с Приказом Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь от 09.02.2018 № 20 налоговыми органами осуществляются выборочные проверки. В перечень проверок включаются субъекты исходя из критериев степени риска, установленных для различных систем налогообложения, применяемых плательщиками.

В условиях роста количества плательщиков, стоящих на учете в налоговых органах, вопросы повышения эффективности налоговых проверок приобретают особую значимость. В последние годы налоговыми органами Республики Беларусь активно внедряются меры налогового администрирования, которые позволяют выявить налоговые нарушения и выявить случаи незаконной предпринимательской деятельности.

В Республике Беларусь за 2018-2020 гг. налоговые проверки проводились при росте численности плательщиков, состоящих на учете в налоговых органах (рис. 1).

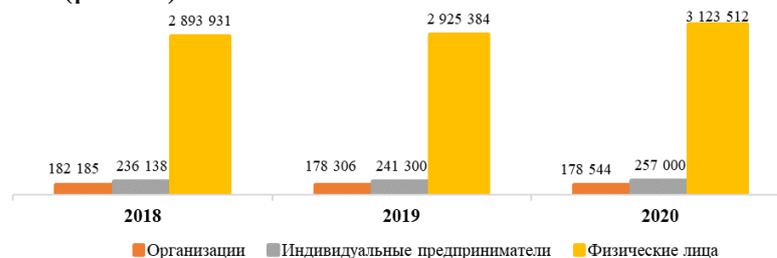


Рисунок 1 – Количество плательщиков, стоящих на учете в налоговых органах, по категориям плательщиков за 2018-2020 гг.



В рассматриваемом периоде среди основных категорий плательщиков наблюдается тенденция к росту плательщиков среди индивидуальных предпринимателей и физических лиц при снижении количество организаций, стоящих на учете в налоговых органах. Это обусловлено изменениями в структуре: переходом работников организаций в категорию индивидуальных предпринимателей и самозанятых.

В качестве показателей результативности работы налоговых органов Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь в области налоговых проверок были рассчитаны и проанализированы: охват плательщиков налоговыми проверками (табл. 1); результативность налогового контроля по проверенным плательщикам (табл. 2); суммы взысканных и доначисленных платежей (рис. 2); результативность налогового контроля по проведенным проверкам (табл. 3).

Таблица 1 – Охват плательщиков налоговыми проверками за период 2018-2020 гг.

Показатель	Годы		
	2018	2019	2020
Проверки плательщиков, %	1	0,36	0,30
В том числе организации, %	3,24	0,93	0,84
индивидуальные предприниматели, %	4,34	0,28	0,17
физические лица, %	0,59	0,33	0,28

Рассчитанные показатели из табл. 1 свидетельствуют о том, что доля плательщиков, в отношении которых проводились налоговые проверки, снижается. В целом за анализируемый период рассматриваемый показатель сократился с 1% в 2018 г. до 0,3% в 2020 г. Снижение доли проверенных плательщиков, стоящих на учете в налоговых органах, отмечается по всем категориям, но в большей мере по организациям и индивидуальным предпринимателям. В 2018 году охват организаций налоговыми проверками составил 3,24%, в 2019 году – 0,94%, а в 2020 году – 0,84% от общего числа плательщиков, относящихся к категории организаций. Доля индивидуальных предпринимателей, в отношении которых проводились налоговые проверки, в 2018 году составила 4,34%, в 2019 году – 0,28%, а в 2020 – 0,17%. Значение рассматриваемого показателя по физическим лица в 2018 году составило 0,59% от общего числа плательщиков, стоящих на учете в налоговых органах. По этой же категории доля физических лиц, в отношении которых проводились налоговые проверки уменьшилась до 0,33%, а в 2020 году – до 0,28%.

Таблица 2 – Результативность налогового контроля по проверенным плательщикам за 2018-2020 гг.

Показатель	Годы		
	2018	2019	2020
Проверки плательщиков, %	98,29	89,34	81,14
В том числе организации, %	99,90	100	99,87
индивидуальные предприниматели, %	100	100	99,78
физические лица, %	96,70	86,87	76,91



Согласно данным из табл. 2 количество плательщиков, в ходе проверок которых обнаружены нарушения, с каждым годом имеет тенденцию к снижению. В 2018 году в ходе налоговых проверок у 98,29% плательщиков были выявлены нарушения. В 2019 году данный показатель составил 89,34% от общего количества проверенных плательщиков, а в 2020 году – 81,14%. Данная тенденция наблюдается по всем категориям плательщиков, но в большей степени – у физических лиц. Так, рассматриваемый показатель в данной категории снизился в анализируемом периоде на 19,79 п.п. и в 2020 году составил 76,91% от общего количества проверенных плательщиков. Доля организаций, в ходе проверок которых были выявлены нарушения, в 2020 году по сравнению с 2018 годом снизилась на 0,03 п.п. и составила 99,87%. По категории индивидуальных предпринимателей анализируемый показатель в 2018 и 2019 гг. составил 100%, а в 2020 году снизился на 0,22 п.п. и составил 99,78% от общего количества проверенных плательщиков.



Рисунок 2 – Суммы доначисленных и взысканных налоговых платежей и экономических санкций за 2018-2020 гг.

На рис. 2 показано, что в 2018-2020 гг. суммы доначисленных и взысканных налоговых платежей и экономических санкций увеличиваются. В 2020 году по сравнению с 2018 годом суммы доначисленных налоговых платежей и экономических санкций увеличились на 8183,59 руб., а суммы взысканных налоговых платежей и экономических санкций – на 3519,53 руб. Однако, при этом количество проведенных проверок снижается. Все это говорит о том, что качество проводимых налоговыми органами Республики Беларусь проверок растет.

Таблица 3 – Результативность налогового контроля по проведенным проверкам за 2018-2020 гг.

Показатель	Годы		
	2018	2019	2020
Проверки плательщиков, %	98,33	89,31	81,11
В том числе организации, %	99,91	100	99,81
индивидуальные предприниматели, %	100	100	99,56
физические лица, %	96,65	86,81	76,73

Рассчитанный показатель, представленный в таблице 3, свидетельствует о снижении доли проверок, в ходе которых были выявлены нарушения. В 2018 году доля проверок, в ходе которых были выявлены нарушения составила 98,33% от общего количества проведенных налоговых



проверок, в 2019 году – 89,31%, а в 2020 году – 81,11%. Тенденция к снижению наблюдается по всем критериям, но в большей степени – физическим лицам. Так, в данной категории доля проверок, в ходе которых были выявлены нарушения в 2018 году составила 96,65% от общего количества проведенных проверок, в 2019 году – 86,81%, в 2020 году – 76,73%. По категории индивидуальных предпринимателей уменьшение доли проверок, в ходе которых были выявлены нарушения, наблюдается только с 2020 года на 0,44 п.п. по сравнению с значением анализируемого показателя в 2019 году. В 2020 году данный показатель составил 99,56% от общего числа проведенных проверок. По категории организаций за 2019 год произошло увеличение доля налоговых проверок, в ходе которых были выявлены нарушения, по сравнению со значением показателя 2018 на 0,09 п.п. В 2020 году по рассматриваемой категории доля налоговых проверок, в ходе которых были выявлены нарушения, уменьшилась на 0,19 п.п. и составила 99,81% от общего количества проведенных налоговых проверок.

Анализ рассчитываемых показателей позволил выявить ряд проблем. Нестабильность налогового законодательства проявляется через внесение изменений в акты законодательства, регулирующих налоговые отношения. В Налоговый кодекс Республики Беларусь с 2016 года ежегодно вносятся изменения и дополнения. Субъектам хозяйствования сложно подстроиться под изменяющиеся условия налоговой среды в государстве, что влечет за собой выявление нарушений налогового законодательства со стороны плательщиков и применение по отношению к ним экономических санкций.

Финансовая грамотность субъектов хозяйствования Республики Беларусь в области налогообложения характеризуется низкой осведомленностью о своих правах и обязанностях по уплате налогов. Данная проблема распространена среди таких категорий плательщиков, как индивидуальные предприниматели и физические лица. В организациях вопросами налогообложения занимаются специалисты в данной сфере. Невысокий уровень налоговой грамотности плательщиков приводит к неполному и несвоевременному поступлению платежей в бюджет, что, в свою очередь, ведет к применению в отношении их экономических санкций.

В настоящее время увеличение результативности проведенных проверок достигается за счет уменьшения их количества. Подобная практика, безусловно, позитивно влияет и на результативность налогового контроля в целом [3].

В настоящее время основными перспективами работы налоговых органов Республики Беларусь в области налогового контроля и налоговых проверок, в частности, являются:

внедрение возможности уплаты отдельными категориями плательщиков нескольких налоговых платежей в виде единого платежа в



бюджет одного уровня. Это позволит снизить риск неполной и несвоевременной уплаты налогов в бюджет среди плательщиков;

совершенствование взаимодействия с другими государственными органами в целях эффективного управления задолженностью субъектов хозяйствования и физических лиц по налоговым платежам, а также выявления случаев нелегальной предпринимательской деятельности;

распространение налогового мониторинга. Это даст возможность налоговым службам осуществлять контроль за соблюдением налогового законодательства в режиме реального времени, избегать применения штрафных санкций и предотвращать потенциальные налоговые правонарушения.

Таким образом, результаты проведенного анализа подчеркивают актуальность совершенствования контрольной деятельности налоговых органов за деятельностью субъектов налоговых отношений. Развитие налоговых проверок и налогового контроля в целом должно обеспечивать государственный бюджет своевременными и полными налоговыми поступлениями, а также мотивировать плательщиков исполнять свои налоговые обязательства своевременно и в полном объеме. Правильное сочетание интересов государства и плательщиков способно вывести контрольную деятельность налоговых органов на качественно иной уровень. Это, в свою очередь, позволит государству сформировать прозрачную налоговую среду для всех субъектов хозяйствования.

Список использованных источников:

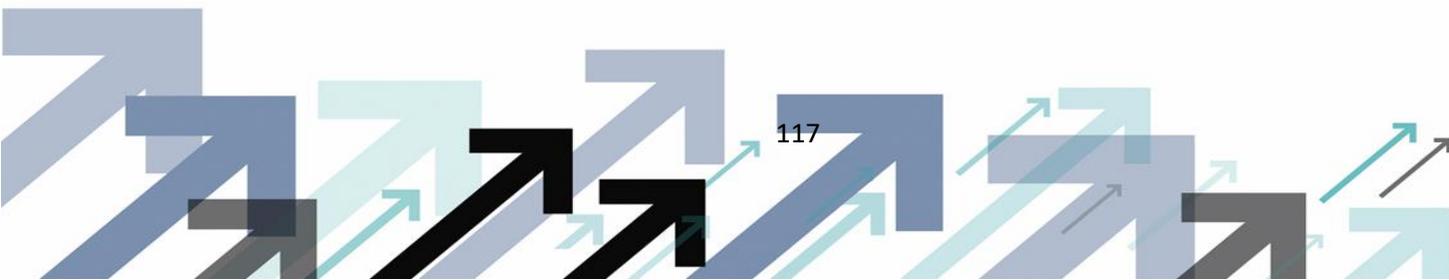
1. Количество плательщиков [Электронный ресурс] // Министерство налогов и сборов Республики Беларусь – Режим доступа: <https://nalog.gov.by/> – Дата доступа: 26.03.2022

2. Итоговые данные по учету налогов, сборов (пошлин) за 2018 – 2020 гг. – Минск: Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь, 2018 – 2020.

3. Филиппович, Е.С. Реформирование налогового контроля: оценка и применение налогового потенциала коммерческих организаций / Е.С. Филиппович. – Минск, Энциклопедикс, 2009. – 100 с.

4. Стратегия развития налоговых органов Республики Беларусь на 2021 – 2023 гг. [Электронный ресурс] // Министерство налогов и сборов Республики Беларусь – Режим доступа: <https://nalog.gov.by/> – Дата доступа: 27.03.2022.

© Сакова А.А., Кущенко Д.В., 2022





УДК 338

УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

Салямова К.А., Усачева А.С.

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

Развитию предпринимательства в республике уделяется большое внимание. В Республике Башкортостан действует трехуровневая модель управления развитием предпринимательства: Координационный совет по предпринимательству при Главе Республики Башкортостан; Государственный комитет Республики Башкортостан по предпринимательству и туризму; Фонд развития и поддержки малого предпринимательства в Республике Башкортостан (Фонд поддержки предпринимательства) [1].

Трехуровневая модель управления предпринимательством способствует ускоренному достижению целевых показателей развития малого бизнеса, таких как:

увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства;

увеличение занятых в сфере малого и среднего бизнеса;

повышение вклада субъектов малого и среднего предпринимательства в валовой региональный продукт;

увеличение оборота продукции и услуг, производимых малыми и средними предприятиями [2].

Далее рассмотрим показатели развития предпринимательства в Республике Башкортостан.

На 10 января 2021 года в Республике Башкортостан количество субъектов малого и среднего предпринимательства составляло 124603 единиц, из них 4531 малых предприятий, 119751 микропредприятий, 321 средних предприятий.

По состоянию на 10 апреля 2022 года в Республике Башкортостан насчитывалось 129308 субъектов малого и среднего предпринимательства, из них 4370 малых предприятий, 124611 микропредприятий, 327 средних предприятий [3].

По сравнению с 2021 годом количество субъектов малого и среднего предпринимательства увеличилось, в частности, наибольшее увеличение приходится на микропредприятия.



Ключевыми проблемами для развития субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Башкортостан на современном этапе являются:

недостаточная численность малых и средних предприятий для начала процесса саморазвития субъектов малого и среднего предпринимательства;

низкий спрос на продукцию субъектов малого и среднего предпринимательства вследствие слабости кооперационных связей с крупным бизнесом;

недостаток квалифицированных и инициативных кадров для эффективного ведения предпринимательской деятельности;

недостаточная осведомленность действующих предпринимателей и желающих открыть свое дело о свободных рыночных нишах в муниципальных образованиях республики [4].

Основные ограничения развития малого и среднего предпринимательства в Республике Башкортостан:

наличие в республике относительно большого числа самозанятых граждан – около 10% экономически активного населения;

высокая доля сельского населения в республике – 38,3%, отличающегося слабой склонностью к предпринимательской деятельности;

ограниченный доступ предпринимателей к «дефицитным» ресурсам (финансовым, сырьевым, госзаказу и др.);

высокая зависимость величины финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства в республике от размера субсидий Российской Федерации: в 2015 году почти 2/3 общего объема средств на поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства (СМСП) поступило из федерального бюджета;

низкая доля трудоспособного населения республики, занятая предпринимательской деятельностью – 6% (25% из числа желающих открыть свое дело жителей республики испытывают «страх взлета» в связи с существующими административными барьерами и финансовыми трудностями).

Снятие объективных ограничений на развитие малого и среднего предпринимательства в республике и совершенствование условий для мобилизации его конкурентных преимуществ будут способствовать более полной реализации предпринимательского потенциала и инициировать экономический рост экономики республики [5].

В Республике Башкортостан численность занятых в этой сфере к 2024 году должна увеличиться до 553 тысяч человек или на 139 тысяч (в 1,3 раза). Сейчас в республике численность занятых в малом и среднем бизнесе по данным Единого реестра СМСП ФНС России составляет около 414 тыс. человек [6].



В Республике Башкортостан действуют различные программы по поддержке МСП, но, несмотря на это, до сих пор определенная часть населения не осведомлена о возможностях, которое государство может предоставить желающим иметь собственное дело. Данная проблема наблюдается и в исследуемых городах, несмотря на более высокий уровень развития предпринимательской деятельности в сравнении с другими городами РБ [7].

Список использованных источников:

1. Баймухаметова А.А. Анализ развития предпринимательства в Республике Башкортостан // Портал научно-практических публикаций [Электронный ресурс]. URL: <https://portalnp.snauka.ru/2018/04/9997> (дата обращения: 08.05.2022).

2. Долгосрочная целевая программа «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Башкортостан» на 2013-2018 годы [Электронный ресурс]: // СПС «Консультант Плюс». Версия Проф.

3. Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Башкортостан. [Электронный ресурс]: Федеральная налоговая служба. <https://ofd.nalog.ru/statistics.html?statDate=10.04.2021&level=0&fo=5&ssrf=02&t=1652011056536&t=1652011056536> (дата обращения: 08.05.2022).

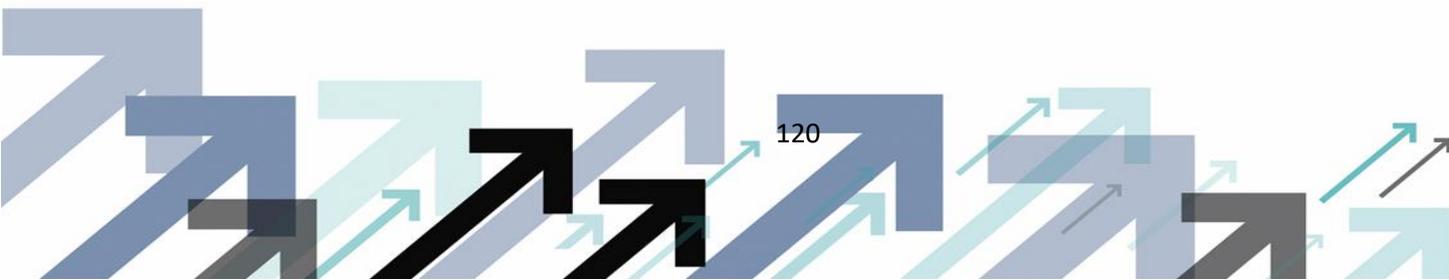
4. Меркулова Е. Ю., Сыроева М. С. Механизмы функционирования инновационного предприятия в регионе // Социально-экономические явления и процессы. Тамбов, 2013. № 7 (53). С. 99-105.

5. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Республике Башкортостан на период до 2030 года (в ред. Постановления Правительства Республики Башкортостан от 10.06.2021 N 264).

6. В Республике Башкортостан утверждены пять региональных проектов в сфере развития малого и среднего бизнеса. 28.12.2018 г. [Электронный ресурс]: Ufacity.info // URL: <https://ufacity.info/press/news/309332.html> (дата обращения: 08.05.2022).

7. Закиров И.В., Сабирова Л.Ф. Совершенствование поддержки малого и среднего предпринимательства в городах Республики Башкортостан // Успехи современного естествознания. – 2020. – № 8. – С. 50-55; URL: <https://natural-sciences.ru/ru/article/view?id=37457> (дата обращения: 08.05.2022).

© Саламова К.А., Усачева А.С., 2022





УДК 33.332.1

ОЦЕНКА УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Санникова Е.А.

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

Определим, что под собой подразумевает термин экономическая безопасность региона – это совокупность мер, главной целью которых является улучшение экономики региона. Также существует еще одна трактовка данного понятия. Исходя из нее следует, что экономическая безопасность региона – состояние социальной и экономической систем субъекта Российской Федерации, которое является результатом эффективного использования ресурсного потенциала данного субъекта. Ресурсный потенциал субъекта Российской Федерации является фундаментом его экономической безопасности [1]. Однако стоит заметить, что присутствие ресурсного потенциала в том или ином регионе не дает гарантии в том, что у региона будет крепкая экономическая безопасность. Таким образом экономическая безопасность региона напрямую зависит от эффективного и рационального использования ресурсного потенциала данного региона.

Субъекты нашего федеративного государства различаются между собой непропорциональным развитием из-за разного ресурсного потенциала данных регионов в том числе. Именно поэтому одна из главных задач экономической политики нашего государства – это выравнивание регионов в их экономическом и социальном развитии. И для исполнения данной задачи, регионы следует разделить по их признакам.

Больше всего регионы разбивают на группы по критерию уровня экономической безопасности субъекта. А именно высокий низкий и средний уровни [2].

В связи тем, что у регионов разный уровень развития и разный уровень экономической безопасности можно сделать вывод, что и ресурсные потенциалы тоже отличаются. Под ресурсным потенциалом мы подразумеваем не только природные ресурсы, но и такие ресурсы как: демографические, финансовые (бюджет), производственные ресурсы и другие [3]. Отсюда напрашивается вывод что определение ресурсного потенциала субъекта – это основа, позволяющая найти и нейтрализовать экономические и социальные проблемы в регионе.

Резерв – это запас или источник откуда добываются какие-либо средства. Так вот, резерв как одну из составляющих потенциала субъекта



можно считать, как возможные способы наилучшего применения ресурсов, благодаря чему можно увеличить ВВП, а также улучшить качество производимых товаров и услуг [4]. Существует такое понятие как стратегические резервы, которые формируются специально, на случай происшествия непредвиденных обстоятельств. Ресурсный потенциал можно подразделить следующим образом (рис. 1).



Рисунок 1 – Совокупный ресурсный потенциал

Прямое использование – активное интегрирование ресурсов субъекта в хозяйственный оборот. Косвенное – интернализация эффектов какого-либо доступного ресурса.

Под возможным подразумевают создание запасов и резервов для будущего использования [5].

Чтобы определить совокупный ресурсный потенциал субъекта требуются определенные критерии и инструменты. Одними из таких являются трансформационные. Они формируют в товары, а также услуги человеческие, природные и другие ресурсы, которые учувствуют в производственных процессах.

Существуют различные показатели, способные измерить величину того или иного фактора субъекта и региона. Так по показателям всемирного банка, уровень развития информационного общества России составляет 43 место из 53 стран участниц. Данный показатель сообщает нам о том, что интеграция России в мировое сообщество затруднена.

Но профиль ресурсного потенциала должен обязательно состоять из факторов, которые отличают ресурсный потенциал одного субъекта от другого, и факторы, включающие потенциал субъекта в межрегиональные связи.

Наибольший вклад в социально-экономический потенциал данного округа вносят Самарская, Пермская, Нижегородская области, а также Республика Татарстан. Ниже расположились Кировская и Пензенская области, и республики Чувашия, и Мари-Эл. Данный анализ позволяет узнать уровень неравномерного развития факторов, и определить наилучшие варианты для устойчивого социально-экономического развития субъекта. В данной статье мы рассмотрели прямую взаимосвязь между экономической безопасностью региона и его потенциального ресурса.



Таким образом можно сделать вывод что уровень экономической безопасности региона напрямую зависит от его потенциального ресурса.

Список использованных источников:

1. Богомолов, В.А. Введение в специальность «Экономическая безопасность»: Учебное пособие / В.А. Богомолов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 279 с.

2. Суглобов, А.Е. Экономическая безопасность предприятия: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Экономическая безопасность» / А.Е. Суглобов, С.А. Хмелев, Е.А. Орлова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 271 с.

3. Мельников, А. Б. Формирование концепции продовольственной безопасности России / А. Б. Мельников, В. В. Сидоренко, И. В. Снимщикова [и др.] // Экономика сельского хозяйства России. - 2016. - № 12. - С. 2-7.

4. Сотова, Ю. В. Анализ показателей экономической безопасности региона / Ю. В. Сотова, Д. С. Рубцова // Синергия Наук. - 2016. - № 5. - С. 33-38.

5. Швайба, Д. Н. Анализ показателей социально-экономической безопасности хозяйствующего субъекта / Д. Н. Швайба // Бюллетень науки и практики. - 2018. - № 2. - С. 312-319.

© Санникова Е.А., 2022

УДК 659.44 : 7.045

ОБРАЗ, ЗНАК, СИМВОЛ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

Сармина А.В., Макарова Т.Л.

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

Тема практического применения знаков и символов в дизайне социальной рекламы в России очень мало исследована, но все же потребность в подобных разработках остается на высоком уровне из-за все более растущих потребностей применения этого вида рекламы.

В конце XX – начале XXI вв. активно используются символы для построения современной социальной рекламы, в т.ч. рекламного образа. Анализ социальной рекламы свидетельствует о создании нового видения рекламы, основанной на использовании ряда символов и слоганов, известных в культурах мира с древности. Символ в семиотике, философии, эстетике, филологии, – это коммуникационная модель, которая связана с единым смысловым пространством культуры. Цель исследования: изучение образа, знака и символа в социальной рекламе как явления. Объект исследования: социальные плакаты за 2010-2018 гг.



В рамках исследования проводился опрос респондентов (18-25 лет). Отметим, что на вопрос «Какие проблемы на сегодняшний день являются наиболее значимыми?», более половины (61%) ответили, что это экология. Далее в одинаковом процентном соотношении идет образованность и домашнее насилие (43.6%). Остальные проблемы не так сильно «отстали»: болезни и инфекции (41%), наркомания (39%), алкоголь (33%), курение (26%).

Мы продолжили свое исследование и далее, до 2021 г., но об этом будет другая статья. Конечно же, на фоне пандемии ковида на первое место, в теории, должна была выйти и проблема безопасности на фоне страха заражения вирусом. Но оказалось, что это не так: те же проблемы, что и ранее, включая проблемы экологии, бедности, проблемы беженцев, и неблагополучных семей, проблемы зависимостей от алкоголя, сигарет, – остались такими же «кричащими» в рекламных сообщениях, как и раньше.

В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы по социальной рекламе.

Наиболее часто встречающимися образами являются водоемы, насилие, люди, животные, мусор и части тела. Этот вывод подтверждается и другими исследователями, в плане выводов об актуальности определённых образов людей, животных, водоёмов [1, 2].

Самые популярные темы, где встречаются изображения – это загрязнение окружающей среды, защита животных, спасение детей от травмирующей информации из интернета и зависимости от интернета, компьютерных игр, а также тема болезни.

В данной выборке наименьшее внимание уделяется символам смерти и оружию.

Наибольшее количество слоганов соответствовали следующей категории: призыв к действию, вопрос/риторический вопрос, объяснение/пояснение, ирония, пороки.

Самым часто встречающимся слоганом, который содержал в себе подтекст, – был призыв к действию.

Самым редко встречающимся типом слоганов из данной выборки был «зашифрованный текст».

Разработаны следующие рекомендации.

Социальная реклама может напрямую указывать людям на проблему. То есть чётко сразу показывать проблему. Здесь важно использовать конкретные предметы (элементы образа) и образы в целом, связанные с той или иной тематикой.

Не стоит забывать в рекламном образе о «мелочах»: незначительных, на первый взгляд, деталях. Именно они могут сыграть злую шутку с дизайнером и быть восприняты зрителем «в штыхы». Важно продумывать все детали образа: часто лишь один элемент в рекламном сообщении,



который, казалось бы, занимает мало места – вносит то самое сомнение в решение потребителя «о покупке»: об обращении на фирму за товаром или услугой. Ярким примером являются логотипы вузов, которые претендуют на ведущее место в дизайне и рекламе – и при этом логотип и все рекламные материалы сделаны крайне безграмотно как по форме, так и по смыслу. Таких примеров настолько много, что результатом является отток абитуриентов из государственных вузов «в менее надёжные» и молодые коммерческие вузы, у которых всё в порядке с дизайном логотипа, рекламных материалов и сайта.

Непрямая социальная реклама нацелена на то, чтобы заставить людей задуматься и посмотреть на проблему намного глубже, чем они делали это раньше. Здесь очень важно верное прочтение смысла зрителем рекламного плаката или иного сообщения: непрямая коннотация, но трактуемая зрителем рекламы в нужную рекламодателю сторону.

Важным фактором является запоминаемость образа. То есть человек должен не просто пройти мимо и забыть о плакате, который увидел спустя пару минут, а он должен запомнить тот образ, понять смысл и далее должна последовать реакция, запланированная авторами плаката. И здесь популярной ошибкой является использование образа, который является либо шокирующим, либо пошлым. Это не тот уровень запоминаемости рекламы: продажи продукта в результате падают, это доказали сами же маркетологи, которые, по нашему опыту работы в командах рекламных агентств, в некоторых случаях сами и являются инициаторами использования такого рода образов и символики.

Важно помнить, что рекламный образ, выполненный с юмором, больше запомнится и принесет гораздо более эффективный результат, чем «что-то страшное» на плакате. Исключением может быть противопоставление образов в социальной рекламе.

Бренды заинтересованы в участии в социальной рекламе: у них есть реальная заинтересованность в социальной проблеме, так как им действительно важно решить эту проблему «без коммерческих целей». Но часто им важна поддержка белого PR для формирования репутации компании, а также повышение узнаваемости бренда путем внедрения в обычную жизнь людей, что, безусловно, должно способствовать росту продаж. Но данную возможность – «засветиться» в социальной рекламе бренды используют нечасто и здесь стоит рекомендовать более оригинальные пути вхождения в социальную проблематику так, чтобы бренд выглядел уместно: например, вечерние платья «от кутюр» – не стоит рекламировать на мероприятиях для беженцев.

В социальной рекламе необходимо использовать понятные зрителю образы, тексты, шрифты, слоганы. С этим, как и с логотипом и слоганом, у многих фирм и вузов до сих пор «в наш век рекламы и PR» огромные



проблемы. Экономия на отделе рекламы или просто на паре профессионалов «влетит в копеечку» позже, однако руководство ряда фирм, вузов и разных предприятий упорно не хочет выполнить простой и перспективный ход «начните продавать грамотно» и тогда организация станет устойчивее и богаче.

Актуальной и популярной проблемой остается формирование рекламного образа, адекватное понимание того сообщения, которое он несёт аудитории [2, 4, 5]. Здесь важно продумывать воздействие образа на психику зрителя заранее, но эту очевидную истину, как ни странно, игнорирует до сих пор ряд дизайнеров рекламы и маркетологов.

В результате исследования разработаны рекомендации специалистам в области рекламы и дизайна. Социальная реклама может быть прямой и не прямой. Все детали: образ, шрифт, цвет, смысловая нагрузка, – должны быть продуманы до конца: незаконченность образа может отрицательно повлиять на восприятие смысла социальной рекламы. Социальная реклама развивается: появляется больше оригинальной рекламы, которая влияет на сознание людей, на их отношение к проблеме, их выбор.

Новые научные результаты важны для создания ярких социальных плакатов с использованием гармоничных образов, знаков и символов [2-4]. Это актуально для рекламных и социальных проектов.

Большая ошибка считать, что реклама – только практическая отрасль: любая практика строится на теории, иначе у неё просто нет базы и, соответственно, будущего. В рекламе и связях с общественностью теория находится на стадии формирования. Важно каждое оригинальное, качественное исследование, каждый проект, способствующий развитию теории, практики рекламы и связей с общественностью, включая конкурсы, конференции и программы магистратуры, авторы которых имеют достойное образование по данному направлению и опыт именно в рекламе и связях с общественностью.

Реклама (социальная, коммерческая) и PR, медийная среда жизненно необходимы и полезны для профессионалов индустрии, как море для капитана корабля. Остальным (без помощи профессионалов индустрии) реклама и PR, медийная среда не принесут ничего полезного, как и обществу, – просто потому, что плавать в море надо уметь. Примером являются многочисленные «моды» завести свой профиль в социальных сетях, – которые не дают ничего авторам профилей. И таких профилей большинство: так как это не развлечение, а именно работа, и работа профессионала, который дорого стоит, но зато эти вложения окупаются. В целом, можно разделить все организации, включая вузы, на две группы: 1) те, кто это уже понял, делает успехи и 2) те, кто упорно пытается сэкономить на очевидном факте: «хочешь много заработать, вкладывай средства в





рекламу и PR, в том числе, и в хороший дизайн рекламы и PR-мероприятий». И здесь действительно «кадры решают всё».

Список использованных источников:

1. Кравцова П. А., Макарова Т. Л. Трансформация женского образа в современной рекламе брендов, ориентированных на женскую аудиторию : Монография. – М.: РИО РГУ им. А.Н. Косыгина, 2020. – 193 с.

2. Седых В. С., Макарова Т. Л. Классификация гармоничных гедонистических образов в рекламных кампаниях современных брендов // Костюмология, 2019 №1, <https://kostumologiya.ru/PDF/13IVKL119.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

3. Тёрина Е.О., Макарова Т.Л. Синтез изображения и голоса актёра в рекламном образе – Монография. М.: РИО РГУ им. А.Н. Косыгина, 2021. –116 с.

4. Макарова Т.Л., Кравцова П.А. Дисгармоничные женские рекламные образы в рекламных кампаниях современных брендов, ориентированных на женщин. Дизайн и технологии. – 2019– №73.с.128-133.

5. Чжэн Сян, Макарова Т. Л. Применение грима персонажа Пекинской оперы в современном рекламном дизайне. // Научно-аналитический журнал по вопросам искусствоведения «Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА» / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, 2021. – No 2. Часть 2 – 414 с. С. 338 С. 338 - 345.

© Сармина А.В., Макарова Т.Л., 2022

УДК 338.45.01

РАЗВИТИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО СЕКТОРА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Сафанович К.Ю., Цурганов В.Н., Шинкарук В.А.

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

Промышленный сектор является основой устойчивости и конкурентоспособности любой современной экономики. В настоящее время многие государства, как и много лет назад, получают подавляющую долю доходов своего бюджета при помощи средств, привлеченных путем активной реализации произведенной товарной продукции. Развитие производственного сектора экономики вносит преимущественный вклад в показатель валового внутреннего продукта (далее ВВП), являющегося важнейшим макроэкономическим показателем любого государства. В частности, успешное функционирование обрабатывающих производств способствует удовлетворению потребностей хозяйствующих субъектов,



техническому перевооружению предприятий и более эффективному использованию сырья и материалов, создает необходимые условия для повышения производительности труда.

Обязательным условием успешного функционирования производственного сектора в современных условиях является оценка и анализ его реального состояния, учитывающего возможности фактической ресурсной базы и перспективы дальнейшего развития.

По результатам 2020 года доля чистой продукции промышленности в процентном отношении к ВВП составила 25,5%, при этом промышленность обеспечила рабочими местами 20,1% населения. Стоимость товаров, произведенных внутри страны и отправленных на экспорт, достигла 29 миллиардов долларов США в фактически действующих ценах. [1, с. 14].

Результаты функционирования промышленного комплекса Беларуси в период 2010-2020 гг. отражают, что отраслевая структура промышленного производства в рассматриваемом временном интервале характеризуется постоянством (рис. 1).

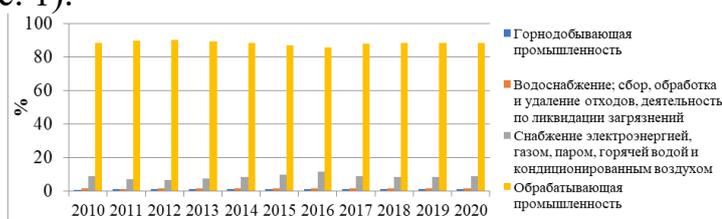


Рисунок 1 – Структура промышленности в динамике за 2010-2020 гг. Источник: собственная разработка на основе [2].

Наибольший удельный вес приходился на обрабатывающую промышленность – 90,6%, в то время как величины других видов экономической деятельности довольно малы относительно доли обрабатывающей промышленности. Согласно статистическим данным, на горнодобывающую промышленность приходится ориентировочно 1,4%; на водоснабжение, сбор, обработку и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений – 1,8%; на снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом – 11,5%

Структура промышленного производства в 2020 году представляла собой следующую декомпозицию: 88,4% отведены обрабатывающей промышленности, представленной на территории Беларуси такими составляющими, как: продукты питания (25,9%); продукты нефтепереработки (11,3%); химические продукты (8%); строительные материалы и пластмассовые изделия (7,1%); металлургическое производство (6,6%); машины и оборудование (6,3%).

Наименьшую долю в структуре промышленности занимает горнодобывающая (лишь 1,1%), что, в свою очередь, обусловлено отсутствием богатых месторождений полезных ископаемых. Добыча же калийной соли учитывается в химической промышленности (рис. 2).



Рисунок 2 – Структура промышленного производства в 2020 г., %. Источник [1, с. 9]

Если рассматривать результаты промышленного производства в региональном разрезе за период 2010-2020 гг., то можно выявить, что значительный вклад вносят Минская и Гомельская области, а также город Минск, на чью долю соответственно приходится 19,5%, 19,0% и 16,5% (рис. 3). Прежде всего данная тенденция объясняется расположением на вышеупомянутых территориях таких предприятий, как ОАО «Минский тракторный завод»; ОАО «Минский моторный завод»; ОАО «Минский завод шестерен»; ОАО «Минский завод игристых вин»; СП ОАО «Спартак»; ОАО «8 Марта»; ОАО «Станко Гомель»; ОАО «Труд»; РУП «Гомельская фабрика художественных изделий «Любна» и др.



Рисунок 3 – Объем и удельный вес областей и города Минска в общем объеме промышленного производства в 2020 году. Источник [3, с. 17].

С 2016 года значительных изменений в структуре промышленности по количеству организаций не наблюдается, все изменения колеблются в пределах одного процентного пункта. Важно лишь отметить, что наибольшее число промышленных организаций в Республике Беларусь имеют частную форму собственности без доли государственной.

На современном этапе в структуре промышленного производства преобладает частная форма собственности с долей государственной (48,4%), при этом данный объем обеспечивают лишь 3% предприятий данной формы собственности среди всех промышленных предприятий на рынке. Также можно заметить рост иностранной формы собственности, хоть и небольшой, как в количестве организаций, так и в объеме производства (рис. 4).





Рисунок 4 – Структура промышленности по формам собственности, %.
Источник [1, с. 10].

Промышленность определяет уровень развития производственных сил общества и возможность применения индустриальных методов труда во всех отраслях народного хозяйства, рост производительности труда, повышение уровня интенсификации и эффективности общественного производства. Промышленность занимает важное место в решении социальных вопросов и задач экономического развития страны. Именно по этой причине стоит рассмотреть динамику производительности труда.

За рассматриваемый период реальная заработная плата и производительность труда в промышленности показывают положительную динамику роста. В 2016 году заработная плата снизилась по сравнению с базисным годом на 2,1%, затем реальная заработная плата показывала стабильный рост. За последние 5 лет реальная заработная плата выросла на 31,3% по сравнению с базисным годом. Производительность труда так же имеет положительную динамику относительно 2015 года и за пять лет показывает рост в 16,9%. Максимальный рост заработной платы за исследуемый период наблюдался в 2018 году и составил 11,8 процентных пункта. Максимальный рост производительности достиг своего значения в 2017 году и составил 6,6 процентных пунктов. Средний рост заработной платы в промышленности за 2016-2020 г. составил 15%, а производительности труда – 11% (рис. 5).

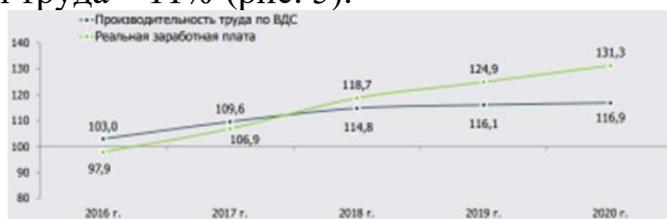


Рисунок 5 – Реальная заработная плата и производительность труда в промышленности (в сопоставимых ценах; в процентах к 2015 году).
Источник [1, с. 10].

Существенной проблемой, сдерживающей обеспечение устойчивого экономического роста, следует назвать превышение темпов роста заработной платы над темпами роста реальной производительности труда. Со второго полугодия 2017 года в Беларуси наблюдается диспропорция между темпами роста производительности и оплаты труда, что является угрозой нарастания макроэкономических дисбалансов и усиления



инфляционных процессов, ухудшения финансовой устойчивости экономики. Временной отрезок до 2016 года характеризовался сбалансированностью между параметрами производительности труда и реальной заработной платы. Очевидно, что существенное повышение темпов роста реальной заработной платы над темпами роста производительности труда приведет к сокращению прибыли, что, в свою очередь, отрицательно отразится на развитии национальной экономики.

Развитие реального сектора непосредственно связано с воспроизводством основных фондов ввиду того, что удовлетворение возникающих общественных потребностей требует реконструкции, технического перевооружения существующих основных фондов или создания новых, способных давать требуемую продукцию. Для достижения этой цели нужны дополнительные ресурсы, капитал (инвестиции).

Анализируя динамику инвестирования в основной капитал в промышленность за 2010-2020 гг. можно заметить некоторую тенденцию: начиная с 2010 относительное значение рассматриваемого показателя существенно варьируется вплоть до 2016 года, далее наблюдается стабильный и умеренный рост. На анализируемом временном промежутке максимальная доля инвестиций в основной капитал отраслей промышленности достигла значения 31,4% в 2011 г. (рис. 6).



Рисунок 6 – Динамика доли инвестиций в основной капитал, направленных в промышленность, %. Источник: собственная разработка на основе [2].

Предприятия производственной сферы предпочитают формировать инвестиции в основной капитал за счет собственных средств, что составило в 2020 году 54,7% от всех инвестиций организаций, направленных в основной капитал. Желание формировать инвестиции на основе кредита за исследуемый период у организаций остается фактически на одном и том же уровне в 14%, использование же средств консолидированного бюджета предприятиями уменьшилось на 12,1 процентный пункт [4].

В экономике Республики Беларусь по результатам произведенного исследования установлены диспропорции, влияющие на экономическую безопасность государства:

территориальные диспропорции, обусловленные дифференциацией областей республики по уровню развития регионального промышленного потенциала;



отраслевые диспропорции, связанные с неравномерным развитием отраслей промышленности и превалированием вторичного сектора экономики;

диспропорции, формируемые на микроуровне, включающие в себя высокий удельный вес материальных затрат в составе себестоимости продукции, превышение темпов роста заработной платы над темпами роста производительности труда, разрыв в технологическом уровне предприятий различных отраслей.

Выявленные структурные диспропорции не только сдерживают реализацию экономического потенциала республики, но и повышают уязвимость экономики к внешним воздействиям, а также повышают риски и снижают уровень экономической безопасности страны.

В последние годы отмечается ускорение темпов роста объемов промышленного производства и рост его вклада в ВВП страны. До 2013 года включительно промышленный сектор Республики Беларусь традиционно выступал в качестве лидера экономического развития, обеспечивая порядка 1/3 ВВП страны. Начиная с 2014 года отмечается самое значительное перераспределение соотношения между промышленностью и иными видами деятельности. В период 2014-2020 гг. установлена положительная динамика вклада промышленного сектора экономики в ВВП.

Таким образом, в статье произведена систематизация рисков экономической безопасности республики по отдельным направлениям формирования, использования и развития промышленного потенциала, связанным со структурными диспропорциями в экономике, а также их последствиями. Выявление и устранение структурных диспропорций является объективной потребностью национальной экономики, необходимой для выхода на траекторию устойчивого, стабильного и безопасного развития.

Список использованных источников:

1. Промышленность Республики Беларусь, 2020: стат. буклет / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; [редкол. И.В. Медведева [и др.]. – Минск: 2020. – 40 с.

2. Промышленность / Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/promyshlennost/?> – Дата доступа: 12.04.2022.

3. Основные социально-экономические показатели по Республике Беларусь, областям и городу Минску в январе-декабре 2020 г., 2020: стат. сб. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; [редкол. И.В. Медведева [и др.]. – Минск: 2021. – 17 с.

4. Точко, А.Н. Проблемы привлечения инвестиций в реальный сектор экономики Республики Беларусь / А.Н. Точко // Развитие потенциала



промышленности: актуальные вопросы экономики и управления: сборник материалов Международной научно-практической конференции, 2018 г. – Ижевск: ИЦ «Удмуртский университет», 2018. – С. 353–356.

© Сафанович К.Ю., Цурганов В.Н., Шинкарук В.А., 2022

УДК 346.54

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Сафаралиев Ф.М.

Научный руководитель Свечникова Н.В.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Москва

Значение государства в вопросах правового упорядочивания предпринимательства поистине колоссально, что во многом вытекает из отсутствия в данной сфере универсального инструмента саморегулирования, гарантирующего эффективную деятельность хозяйствующих структур в разных сегментах отечественной экономики.

Вторжение государства в сферу предпринимательства, преимущественно, вытекает из потребности обеспечения защиты таких публично значимых интересов, как формирование государственного бюджета; обеспечение предоставления трудовых мест; гарантирование свободы деятельности предпринимательских структур; минимизация факторов монополизации и иные.

Говоря о недостатках нормативно-правовой базы в данной сфере, укажем, что действующему российскому законодательству в области предпринимательской деятельности, к сожалению, не присущи черты целостности и последовательности правового регулирования, охватывающего анализируемую область во всем плюрализме ее проявлений.

Скорее, напротив, законодательный базис предпринимательства в изобилии представлен пробелами, коллизиями, абстрактностью правовых конструкций. Динамика развития законодательства в сфере предпринимательства также не в полной мере согласована с общественным запросом и потребностями экономики и права. Во многом это вытекает из долгого периода верховенства плановых начал, при которых о предпринимательстве речь было вести неуместно.

Нормативное определение термина «предприниматель» до сих пор не закреплено законодателем, что позволяет исследователям относить данную



категорию к разряду экономических. Игнорирование законодателем указанного аспекта заставляет усомниться в легитимных основаниях занятия граждан предпринимательской деятельностью. Это также оказывает деструктивное влияние на приток иностранного капитала, поскольку бизнес-структуры за рубежом доверяют лишь строгим правовым формулам.

В данном отношении целесообразно внести дополнения в ст. 23 ГК РФ, указав, что под предпринимателем следует понимать физическое лицо, осуществляющее самостоятельную профессиональную предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, нацеленную на регулярное (периодическое) извлечение прибыли путем осуществления разрешенной законом деятельности.

Кроме того, явственно проявляет себя хаотичность расположения прав и обязанностей индивидуальных предпринимателей в различных нормативно-правовых актах. В целях систематизации положений о предпринимательской деятельности в России представляется необходимой разработка Федерального закона «Об индивидуальном предпринимательстве в Российской Федерации», где, прежде всего, следует сконцентрировать внимание на спектре прав и обязанностей ИП как ядра их правового статуса. Это будет выступать надежной гарантией права на свободу предпринимательства и защиты государством данной группы субъектов.

Успешность функционирования субъектов предпринимательства в значительной степени обусловлена доступностью для них капитала и его мобилизацией, однако инвестиционный климат в России оставляет желать лучшего. В европейских странах кредитная линия поддержки малого и среднего бизнеса выступает в качестве важнейшего вектора государственной поддержки, равно как и негосударственной, если речь идет о коммерческих банках. Но статистические данные свидетельствуют о том, что в России доля данных кредитов незначительна – в 2020 году она была около 18%, где малым предприятиям отведено лишь 6% [1].

Дефективность политики государства в данном аспекте проявляется в очевидно ощущаемом субъектами МСП дефиците заемных финансовых ресурсов, что приобретает особую остроту в свете итогов, проведенных Рабочим центром экономических реформ при правительстве РФ исследований, где львиная доля предприятий малого бизнеса проявили свою заинтересованность в получении аккумуляции заемного капитала на долгосрочной основе [2].

Коммерческие банковские структуры, к сожалению, рассматривают малые и средние предприятия как сегменты алеаторного кредитования, из чего закономерно вытекают высокие показатели залога и кредитного обеспечения (нередко от 150 до 300% от суммы кредита).



В развитых странах такая ситуация активизирует государство, что проявляется в гарантиях займов, но в условиях российской действительности в государственном распоряжении пока недостаточно финансовых ресурсов для поддержки инвестиционной привлекательности малых предприятий.

Проблематичен вопрос эффективной деятельности в России представителей полиструктурного и «интеллектоемкого» бизнеса, поскольку в данном отношении недостаточно развиты или вовсе отсутствуют соответствующие компоненты инфраструктуры (к примеру, венчурное финансирование), уязвимо отечественное законодательство и противоречива судебная система (недостаточно эффективная защита прав собственности, коррупционные факторы, неисполнение судебных решений). Вся правоохранительная система в данном аспекте достаточно дефективна, контрактное право не отличается последовательной разработкой, и вряд ли вызовет возражение утверждение о значительном воздействии на бизнес сложно структурированной криминальной сферы [3].

В настоящее время ключевой задачей государственного регулирования предпринимательской деятельности является обеспечение нормальных условий для функционирования бизнеса и поддержание его экономической активности. Ограничительные меры, вызванные пандемией коронавирусной инфекции 2019-nCoV, оказывают прямое воздействие на предпринимательскую деятельность даже после отмены ряда ограничительных мер, вводимых в связи с пандемией.

В целях повышения стабильности правового регулирования предпринимательской деятельности при осуществлении государственных закупок предлагается внести изменения в статью 46 Закона о контрактной системе [4], в части включения возможности обсуждения заказчиком с потенциальными участниками закупки с потенциальными участниками на этапе планирования закупки (до момента размещения извещения об осуществлении закупки).

Необходимо закрепить порядок проведения конкурсов, аукционов и запросов котировок, который будет прописан с применением единой терминологии. Грамотное юридико-техническое оформление будет направлено на недопущения спорных ситуаций в использовании данных способов.

Правительством Российской Федерации были приняты постановления от 3 декабря 2020 года № 2014 «О минимальной обязательной доле закупок российских товаров и ее достижении заказчиком» [5], и от 3 декабря 2020 года № 2013 «О минимальной доле закупок товаров российского происхождения» [6]. Данный документ направлен на поддержку отечественных предпринимателей и устанавливает квоты на поставку российских товаров при осуществлении



государственных закупок. В нём закреплено, что производитель считается российским, если сведения о нем содержатся в реестре российской промышленной продукции. Вышеуказанные постановления особо актуальны в последнее время, когда импорт товаров ограничен в связи с вводимыми санкциями.

В постановлении № 2014 предусмотрен механизм контроля, который подразумевает формирование отчетов через Единую информационную систему в сфере закупок, но в постановлении № 2013 такой механизм контроля отсутствует.

Данные нормативные правовые акты не закрепляют ответственность заказчика, если по итогам отчетного периода не будет достигнута необходимая доля российских товаров при закупке. Это приводит к тому, что в постановления № 2014 и № 2013 не работают.

По данным Федерального казначейства товары, включенные в приложения к указанным постановлениям под кодами ОКПД 2 32.20.12.121 (Балалайки) и 32.20.12.126 (Инструменты струнные щипковые национальные), по данным отчетности с ЕИС выполнили квоту на 100 процентов. Но в реестр российской промышленно продукции данные товары не включены. Получается, что закупаются товары не у отечественных предпринимателей, на которых направлено регулирование, а у иностранных поставщиков.

Предлагается в постановлении № 2013 закрепить механизм контроля, а также внести изменения в ст. 7.30 КоАП, а именно закрепить введение штрафа для заказчика до 100 тыс. рублей за предоставление отчетности не соответствующей действительности, а если заказчик не достиг необходимой доли российских товаров при закупке до 50 тыс. рублей.

В настоящее время проводится реформа контрольно-надзорной деятельности, которая подразумевает исключение старых и неактуальных актов и устаревших норм. Так в рамках «регуляторной гильотины» было отменено 11,6 тысяч правовых актов.

Проведя анализ отмененных правовых актов, можно прийти к выводу, что не все правовые акты не использовались в деятельности организаций. Так, например, постановлением Правительства Российской Федерации от 13 июня 2020 года № 857 были упразднены нормы естественной убыли сырья и формы отчетности, которые были введены до 1991 года [7]. В письме ОАО «РЖД» при взаимодействии с предпринимателями было отмечено, что нормы, которые были закреплены в нормативных актах по естественной убыли, использовались предпринимателями и в соответствии с пунктом 7 статьи 254 Налогового кодекса Российской Федерации учитывались в целях снижения налогооблагаемой прибыли.

Для решения этой проблемы предлагается внести изменения в постановление Правительства Российской Федерации от 12 ноября 2002



года № 814 в статью 2, и закрепить за уполномоченными органами государственной власти возможность разработки и утверждения норм естественной убыли по упраздненным нормативным актам [8]. В последствие разработать и утвердить следующие нормативные правовые акты:

Приказ Министерства промышленности и торговли Российской Федерации «Об утверждении норм естественной убыли посуды при транспортировании, хранении и реализации»;

Приказ Министерства промышленности и торговли Российской Федерации «Об утверждении норм естественной убыли елочных и стеклянных украшений».

В настоящее время заметна тенденция на уменьшение количества проверок. Несмотря на уменьшение количества проверок происходит усиление ответственности за правонарушения, хотя главная цель всех контрольно-надзорных органов предупреждение и пресечение правонарушений. Эта цель не может быть достигнута, в том числе без эффективного механизма добровольной уплаты штрафа правонарушителями.

С целью стимулирования добровольной уплаты штрафа за нарушения предлагается предоставить предпринимателям возможность уплаты половины суммы наложенного административного штрафа не позднее двадцати пяти дней со дня вынесения постановления. Это позволит сбалансировать возможные финансовые потери субъекту предпринимательской деятельности, которого привлекли к административной ответственности, и уменьшить негативное воздействие на дальнейшее ведение предпринимательской деятельности.

В рамках данного исследования не представляется возможным охватить все проблемы, имеющие отношение к вопросу государственного регулирования предпринимательства в России, однако автором были освещены наиболее острые моменты, требующие решения. Для того, чтобы исследование было действительно комплексным, необходимо проанализировать меры, предпринимаемые государством на современном этапе в целях содействия предпринимательским структурам.

Список использованных источников:

1. Россия в цифрах. 2016 год. Официальное издание. М.: Федеральная служба государственной статистики, 2020. – 98 с.
2. Инвестиционное поведение российских предприятий. М.: ИЭПП, 2019. – 47 с.
3. Килин Н.Э. Правовое регулирование инновационной деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. М., 2019. – 6 с.



4. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ (ред. от 30.04.2021) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

5. Постановление Правительства Российской Федерации от 03.12.2020 № 2014 «О минимальной обязательной доле закупок российских товаров и ее достижении заказчиком» Собрание законодательства Российской Федерации, 2020, N 50, ст. 8220

6. Постановление Правительства Российской Федерации от 03.12.2020 № 2013 «О минимальной доле товаров российского происхождения» Собрание законодательства Российской Федерации, 2020, № 50, ст. 8219.

7. Постановление Правительства Российской Федерации от 13.06.2020 № 857 «О признании не действующими на территории Российской Федерации актов и отдельных положений актов, изданных центральными органами государственного управления РСФСР и СССР, а также об отмене акта федерального органа исполнительной власти Российской Федерации».

8. Постановление Правительства Российской Федерации от 12.11.2002 № 814 (ред. от 26.03.2014) «О порядке утверждения норм естественной убыли при хранении и транспортировке материально-производственных запасов».

© Сафаралиев Ф.М., 2022

УДК 65.011.56

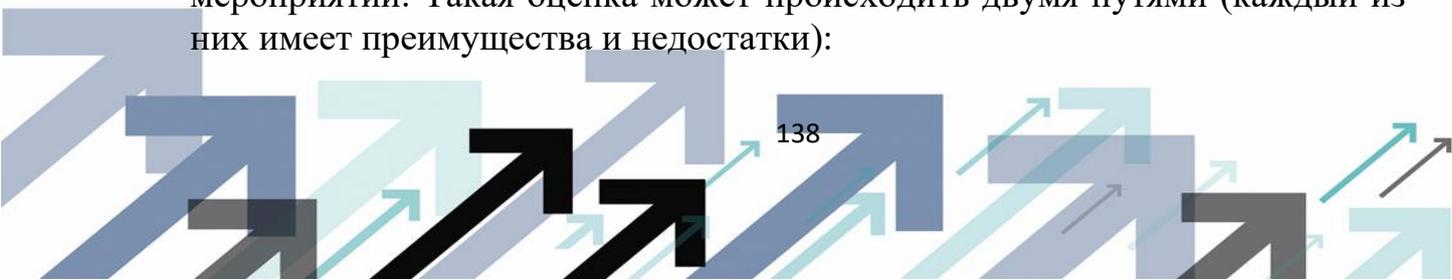
ЦИФРОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: СУЩНОСТЬ, ОПРЕДЕЛЕНИЕ И МЕТОДЫ РАСЧЕТА

Сафронова Д.А., Огурцова Н.С.

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

Отмечено, что в настоящее время предприятия даже традиционных отраслей и технологий сталкиваются не только с необходимостью поддержания конкурентоспособности на основе использования информационных технологий в процессах организации хозяйственной деятельности, но и с необходимостью трансформации всей модели ведения бизнеса. Это обуславливает актуальность разработки показателя, отражающего готовность предприятия к такой трансформации.

Адаптация предприятия к формирующимся новым условиям и требованиям ведения хозяйственной деятельности требует выбора показателей, позволяющих оценивать результативность проводимых мероприятий. Такая оценка может происходить двумя путями (каждый из них имеет преимущества и недостатки):





1) путем формирования некоторой сбалансированной системы показателей (ССП), позволяющих в совокупности анализировать достигнутые результаты;

2) путем определения интегрального показателя, в качестве которого может выступать цифровой потенциал.

Вопросы построения СПП различных экономических систем достаточно широко и детально обсуждаются научным сообществом, в том числе с включением показателей, отражающих уровень их цифровизации [2]. Понятие «цифровой потенциал» и методы его определения применительно к экономическим системам привлекают меньшее внимание исследователей.

Для оценки готовности экономик отдельных стран к цифровой трансформации используется ряд показателей (индексов), позволяющих оценивать уровень развития цифровых технологий в отдельных странах. Наиболее актуальными являются:

Networked Readiness Index (NRI), публикуется с 2002 г Всемирным экономическим форумом и международной школой бизнеса INSEAD;

ICT Development Index (IDI), предложенный International Telecommunication Union (ITU) в 2007 г. Индекс рассчитывается на основании 11 показателей, объединенных в три большие группы: доступ, использование, навыки;

Information Society Index (ISI), рассчитываемый World Times и IDC (Корпорация международных данных), характеризует уровень развития информационных технологий и доступность информации в отдельных странах. Индекс рассчитывается на основании 15 показателей, объединенных в четыре группы: компьютеры; телекоммуникации; интернет; социальное развитие общества.

Также известны методики для оценки потенциала цифровизации бизнеса в различных отраслях. Наиболее значимым представляется показатель Industry Digitisation Index (IDI), предложенный «McKinsey & Company», позволяющий оценить изменения в области цифровизации отдельных отраслей промышленности, оцифровки процессов общей деловой активности. Индекс включает 23 показателя, объединенных в три группы: активы, использование, труд.

Среди российских исследований в этой области выделим Рейтинг готовности отраслей к цифровой экономике [1]. Он предполагает расчет 22 показателей, объединяемых в три субиндекса: обеспеченность оборудованием, программное обеспечение, кадровый потенциал отраслей. Общий рейтинг определяется как средневзвешенное трех субиндексов. Методика полностью соответствует трактовке понятия «цифровой потенциал предприятия», приведенного авторами ранее, т.е. учитывает только ресурсы, но не возможности.



Рассматриваемые показатели значительно отличаются структурой и количеством их составляющих (как количественных, так и качественных), а также методикой расчета. Они дают возможность проведения анализа межстранового, регионального или межотраслевого цифрового развития. Однако, несмотря на полноту представленных подходов и их апробацию при определении цифрового потенциала отраслей промышленности и других экономических систем, они не в полной мере могут быть использованы для оценки цифрового потенциала отдельного предприятия, так как, во-первых, не учитывают специфику деятельности отдельного предприятия, а также его возможности по внедрению и применению информационных технологий. Во-вторых, не позволяют определить потенциал как уровень развития цифровых и информационно-коммуникационных технологий, а именно в этом смысле показатель цифрового потенциала может служить инструментом управления инновационным развитием предприятия.

Отметим, что смежные показатели – информационный и инновационный потенциал предприятия – не являются заменой цифрового потенциала. Информационный потенциал характеризует процессы информационного взаимодействия на предприятии, не в полной мере учитывая один из важных факторов, который отмечен во всех методиках – квалификацию сотрудников предприятия. Кроме того, цифровизация предполагает не столько внедрение информационных технологий в процессы управления, но изменение стратегии развития бизнеса. Инновационный потенциал предполагает оценку способностей предприятия к реализации инноваций, в том числе и не связанных с цифровизацией бизнес-процессов предприятия. Таким образом, цифровой потенциал – показатель, отражающий новые задачи и возможности, появившиеся у предприятия в условиях интенсивной цифровизации процессов хозяйственной деятельности.

Определим цифровой потенциал предприятия как интегральный показатель, отражающий текущий уровень и будущие возможности по использованию предприятием цифровых технологий с учетом условий внешней среды.

Возможности использования цифровых технологий определяются наличием необходимых ресурсов предприятия, а также возможностями их привлечения в дальнейшем для создания, внедрения, применения и использования программного обеспечения и технических средств для хранения и обработки данных. Также цифровой потенциал должен отражать вовлеченность различных категорий персонала в использование цифровых технологий для текущей хозяйственной деятельности и управления. Условия внешней среды формируются с учетом отраслевой специфики, а



также возможностей и готовности стейкхолдеров предприятия к взаимодействию в использовании цифровых технологий.

Исходя из изложенного, может быть разработана методика оценки и управления цифровым потенциалом предприятия, которая содержит следующие этапы:

- 1) выделение группы показателей, которые могут быть использованы для оценки;
- 2) выбор методов его численной оценки;
- 3) выявление направления деятельности предприятия, позволяющие обеспечить рост цифрового потенциала;
- 4) разработка конкретных мероприятий, направленные на обеспечение роста цифрового потенциала предприятия.

В статье не ставится задача определения всего набора показателей, так как условия ведения хозяйственной деятельности, а также необходимость и возможности цифровизации бизнеса сильно дифференцированы по отраслям.

Согласно исследованиям Harvard Business Review, существует значительный разрыв в уровне и темпах цифровизации экономик различных стран. Это подтверждает и исследование компании «McKinsey & Company» [1], отмечающей разрыв между уровнем внедрения цифровых технологий в США и среди европейских стран. «McKinsey & Company» отмечена и значительная неравномерность развития цифровых технологий в различных отраслях экономики европейских стран. Наиболее высокий уровень цифрового потенциала наблюдается среди ИТ-компаний, а также в финансовом и страховом секторах, оптовой торговле, сфере медиа. Среди отстающих отраслей – горнодобывающая и тяжелая промышленность, здравоохранение и образование, гостиничный бизнес и строительство.

Разную степень готовности отраслей экономики России к внедрению цифровых технологий показывает и исследование Е.В. Попова, К.А. Семячкова [1]. Наиболее адаптирована к их внедрению цифровых технологий сфера исследований и разработок. Высокий уровень готовности демонстрируют такие отрасли, как образование, финансы, связь. Наиболее низкий уровень готовности – добыча полезных ископаемых, транспорт, строительство.

Несмотря на различную методику проведения оценки, полученные результаты исследований во многом совпадают. Наиболее низкий уровень цифрового потенциала отмечен у традиционных отраслей, использующих относительно консервативные технологии с низким уровнем добавленной стоимости (горнодобывающая промышленность, строительство). Наиболее высокий уровень цифрового потенциала демонстрируют такие отрасли, как финансы, связь, ИТ-технологии. По мнению Е.В. Попова, К.А. Семячкова, высокий уровень развития цифрового потенциала в отдельных отраслях



обусловлен высокими показателями обеспеченности аппаратными средствами, программным обеспечением, специалистами. Эти заключения подтверждены проведенными исследованиями.

Соглашаясь с авторами, отметим, что для предприятий, действующих в таких отраслях, характерна высокая степень обеспеченности программным обеспечением и квалификация персонала предприятий-контрагентов, а также высокий уровень цифровых навыков потребителей продукции, производимой этими предприятиями. Таким образом, внешнее окружение таких предприятий имеет высокий уровень готовности к дальнейшей цифровизации процессов взаимодействия с предприятием, что подтверждает необходимость анализа характеристик внешней среды предприятия.

Практически все методики при оценке цифрового потенциала учитывают человеческий фактор, в том числе способность к созданию и использованию цифровых технологий на предприятии. Однако не менее важным фактором является проведение качественной аналитики данных, собираемых при внедрении цифровых технологий на предприятии. Согласно исследованиям «Pricewaterhouse Coopers Consulting» [2], лишь 38% компаний привлекают к аналитике данных собственных специалистов в рамках разовых заданий, а 9% не имеют специалистов по аналитике данных.

Для получения численной оценки интегрального показателя – цифрового потенциала – могут быть использованы и иные, более сложные модели, например, метод параметрической энтропии, метод Саати, метод главных компонент. При этом абсолютное значение полученного показателя не является значимым. Но расчет цифрового потенциала на протяжении нескольких периодов позволит отслеживать динамику изменения уровня использования цифровых технологий на предприятии, а также эффективность и целесообразность проводимых мероприятий. Возможно проведение численной оценки несколькими методами для подтверждения достоверности полученных изменений по результатам проведенных мероприятий.

Дальнейшее развитие цифровой экономики отразится на всех сторонах деятельности предприятия, его конкурентоспособности, взаимоотношениях с поставщиками, подрядчиками, потребителями. Готовность предприятия принять новые трансформационные изменения требует не только внедрения информационных технологий в процессы организации хозяйственной деятельности предприятия, но и изменения всей модели ведения бизнеса, что, в свою очередь, требует формирования критерия, позволяющего отслеживать эти изменения, а также оценки их целесообразности. Таким показателем может стать цифровой потенциал предприятия.



Предлагаемый подход к оценке цифрового потенциала позволяет анализировать не только текущий уровень цифровизации бизнес-процессов на предприятии, но и возможности наращивания цифрового потенциала. Различный уровень готовности отраслей экономики к использованию цифровых технологий учтен авторами при включении в оценку показателей, отражающих степень благожелательности внешней среды предприятия цифровым изменениям, а также их востребованность внешними стейкхолдерами предприятия.

В дальнейшем исследование будет направлено на адаптацию предложенной методики для предприятий отдельных отраслей или регионов. Показатели, формирующие отдельные группы, могут быть уточнены или изменены. В статье не рассмотрены вопросы формирования стратегии управления развитием цифрового потенциала предприятия, что может быть отдельным направлением дальнейших исследований.

Список использованных источников:

1. Гаврилюк, А.В. Развитие культуры инновационной деятельности в организации// А.В. Гаврилюк// Государственное управление. Электронный вестник. – 2019. – С. 2-3.

2. Касперская Н.И. Цифровая колонизация. Парламентские слушания «Формирование правовых условий финансирования и развития цифровой экономики» Февраль 2018 г. Электрон. ресурс: https://prezi.com/jagyhsgrqirt/presentation/?utm_campaign=share&utm_medium=copy (Дата обращения: 15.04.2022).

3. Малинецкий Г.Г. Блеск и нищета цифровой реальности// Научные труды Вольного экономического общества России. 2022 Т.210. №2. с. 44-62.

© Сафронова Д.А., Огурцова Н.С., 2022

УДК 658.751; 658.75

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИП СВЕРГУН О.И.

Свергун А.Е.

Научный руководитель Бобарыкина Е.Н.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», Симферополь

Закупочная деятельность играет все более важную роль в деятельности предприятий, так как от ее организации и эффективности, зависит успешность работы предприятия. В условиях жесткой конкуренции закупочную деятельность начали рассматривать не только с точки зрения затрат, но и с точки зрения удовлетворения клиентов. В условиях насыщенного товарами рынка у покупателей появляются трудности с



выбором необходимых товаров. Это определяет необходимость более тщательного подбора поставщиков и перечня объектов закупки, который не может возникнуть без качественного анализа возможностей рынка.

ИП Свергун О.И. действует на территории Республики Крым с 11 декабря 2014 года [1]. Предприятие специализируется на продаже товаров для строительства, отделки и обустройства дома, дачи и сада, также в ассортименте ИП присутствуют товары для туризма.

Виды деятельности в соответствии с классификатором ОКВЭД [2]:

основной вид деятельности: 47.78 Торговля розничная прочая в специализированных магазинах;

дополнительный вид деятельности: 46.74 Торговля оптовая скобяными изделиями, водопроводным и отопительным оборудованием и принадлежностями.

На сегодняшний день ИП Свергун О.И. работает с 20 поставщиками, что связано как с предлагаемым ассортиментом товаров, так и с различными условиями поставок и оплаты. Этот перечень поставщиков сложился в результате длительного и тщательного выбора, в основе которого лежат как технические и функциональные свойства закупаемых товаров, так и цены.

ИП закупает товар ежемесячно у следующих поставщиков: ООО «Следопыт», ООО «Дело техники», ООО «Инструм-Агро». Это связано с тем, что у данных компаний закупается товар, пользующийся большим спросом у покупателей. У остальных поставщиков закупается товар, который пользуется спросом в определенный сезон или пользуется небольшим спросом, поэтому его закупают с периодичностью в 3-4 месяца.

Рассмотрим структуру закупаемых товаров за прошедший месяц (01.03.2022-31.03.2022) (табл. 1).

Как видно из данных табл. 1, можно увидеть, что такой товар как: головки (22,1%), наборы головок (17,3%), ключи «Дело Техника» (15,9%), газ для портативных плит «Следопыт» (7,3%) занимают наибольший удельный вес в структуре закупок, остальные товары компания заказывает мелкими партиями примерно в одинаковых долях, так как они пользуются небольшим спросом.

Для того чтобы оценить эффективность работы закупочного отдела следует рассмотреть ритмичность поставки, для этого нужно рассчитать коэффициент аритмичности поставки: $Кар = \sum_i^n |1 - \frac{Пд}{Пф}|$ (1), где Кар – коэффициент аритмичности, должен стремиться к нулю, чем ниже его значение, тем ритмичнее поставка; Пд – поставка по условиям договора за *i*-ый промежуток времени (в натуральных или стоимостных единицах), в данном случае для договора с одним из поставщиков она равна 1350000 руб.; Пф – фактическая поставка за *i*-ый промежуток времени (квартал).



$$\text{Кар} = \left|1 - \frac{1\,350\,000}{977\,715,76}\right| + \left|1 - \frac{1\,350\,000}{2\,298\,417,8}\right| + \left|1 - \frac{1\,350\,000}{2\,016\,656,6}\right| + \left|1 - \frac{1\,350\,000}{1\,717\,829,43}\right| = 0,38 + 0,41 + 0,33 + 0,21 = 1,33.$$

Таблица 1 – Структура закупаемых товаров 01.03.2022-31.03.2022.

Источник: составлено автором

Товар	Сумма закупки, руб.	Доля от общей суммы закупки, %	Товар	Сумма закупки, руб.	Доля от общей суммы закупки, %
Газ для портативных плит «Следопыт»	150 948,00	7,3	Наборы головок «Дело Техники»	356 792,07	17,3
Рудетка «Дело Техники»	29 523,96	1,4	Биты «Дело Техники»	79 902,13	3,9
Сверло по металлу «Дело Техники»	36 565,55	1,8	Зеркало телескопическое «Дело Техники»	15 832,00	0,8
Набор сверл по металлу «Дело Техники»	7 781,7	0,4	Отвертки «Дело Техники»	35 648,3	1,7
Набор надфилей «Дело Техники»	6 171,12	0,3	Магнит телескопический «Дело Техники»	31 459,07	1,5
Напильник «Дело Техники»	3 850,8	0,2	Горелка порт. «Следопыт»	8 076,25	0,4
Нож со сменным лезвием «Дело Техники»	17 040,00	0,8	Стул туристический «Следопыт»	9 438,00	0,5
Лезвие «Дело Техники»	11 902,8	0,6	Газ для зажигалок «Следопыт»	7 837,54	0,4
Ножовки «Дело Техники»	2 415,96	0,1	Перчатки туристические «Следопыт»	12 756,87	0,6
Щётка для дрели «Дело Техники»	96 713,42	4,7	Плита туристическая «Следопыт»	5 673,65	0,3
Молоток слесарный «Дело Техники»	39 664,44	1,9	Смазка многофункциональная «Следопыт»	4 184,34	0,2
Зубило «Дело Техники»	7 962,76	0,4	Мотыжка «Инструм-Агро»	14 515,00	0,7
Клещи «Дело Техники»	75 922,1	3,7	Опрыскиватель «Оазис»	67 870,00	3,3
Съёмник внутренних ступорных колес	10 643,4	0,5	Лопатка туристическая «Инструм-Агро»	23 583,00	1,1
Заклепки «Дело Техники»	68 230,33	3,3	Грабли «Инструм-Агро»	3 087,35	0,1
Ключи «Дело Техники»	327 904,00	15,9	Перчатка х/б «Норд Индастриз»	40 200,00	1,9
Головки «Дело Техники»	456 323,00	22,1	Итого:	2066418,91	100

Полученный показатель говорит о том, что ритмичность поставки находится на недостаточно высоком уровне, значит закупки на ИП происходят не по плану, указанному в договоре.

Рассмотрим деятельность ИП Свергун О.И. за 2 месяца в период с февраля по март 2022 г. В табл. 2 представлены показатели, служащие основой для проведения анализа деятельности отдела закупок ИП Свергун О.И.

Таблица 2 – Показатели результативности деятельности отдела закупок ИП Свергун О.И. Источник: составлено автором

Показатель	Февраль	Март	Итого	Абсолютное отклонение
Количество поставок	6	8	14	-2
Количество задержек	1	0	1	1
Количество простоев	0	0	0	0
Количество отказов поставки	0	0	0	0
Количество поставок несоответствующего качества	0	1	1	-1
Количество порчи груза по вине поставщика	0	1	1	-1
Количество поставок, совершенных вовремя	5	8	13	-3

Таким образом, у большей половины показателей наблюдается отрицательная тенденция, на что повлияло сокращение объемов заказов вследствие подорожания рыночных цен по всем позициям заказываемых товаров. С самыми незначительными отклонениями являются показатели: по количеству задержек, простоев и отказов поставщика от поставки. Так первое обосновывается тем, что на предприятии обычно формируется страховой запас ресурсов, обеспечивающий наличие товаров на складе. А второй показатель, вероятно, уменьшился вследствие нежелания поставщика терять репутацию и клиентов в тяжелой экономической ситуации.



В рыночной системе хозяйствования эффективность деятельности предприятия определяется, кроме всего прочего, организацией материально-технического снабжения. Необходимым условием выполнения плана по производству продукции, снижению себестоимости, росту прибыли и рентабельности является полное и своевременное обеспечение предприятия сырьем и материалами необходимого ассортимента и качества [3].

Для повышения эффективности работы отдела закупок ИП Свергун О.И. необходимо регулярно проводить анализ рынка и опросы среди покупателей, чтобы верно понимать, что необходимо покупателю, и уже в соответствии с этим верно рассчитывать нормативы складских запасов, правильно планировать закупки и т.д.

Также для улучшения управления закупками на предприятии следует уделить внимание следующим моментам:

1. Автоматизация внутренних процессов. Применение различных программных продуктов при взаимодействии с поставщиками увеличивает экономию на расходах, способствует более быстрому оформлению заявок на поставки, упрощает контроль и складской учет при приемке товара. Ручной учет ведет к потере бумажной документации, неконтролируемым расходам и ошибкам при оформлении.

2. Улучшение взаимодействия с поставщиками. Квалификация поставщика как делового партнера, кооперация для совместного производства – ключ к успеху для большинства участников рынка. Слаженная работа, взаимовыгодные условия позволяют расти и наращивать масштабы деятельности как поставщикам, так и производителям.

3. Стандартизация договора и этапов его согласования и подписания. Можно создавать шаблоны контракта чтобы сократить цикл заключения контракта и свести к минимуму возможные разногласия с партнером. Контролировать сроки действия, настраивать уведомления при ведении автоматизированного учета – для своевременного продления.

4. Повышение квалификации сотрудников в сфере закупок. Работники ИП благодаря повышению квалификации изучат не только законодательство, регламентирующее контрактную систему, но и получат навыки планирования закупочной деятельности, создания грамотного документооборота, научатся осуществлять контроль поставщиков, узнают о новых закупаемых товарах и их характеристиках.

Список использованных источников:

1. Rusprofile [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rusprofile.ru/ip/314910234514842> (дата обращения: 18.04.2022).

2. Единый государственный реестр юридических лиц [Электронный ресурс]. URL: <https://egrul.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 18.04.2022).



3. Государственное регулирование предпринимательской деятельности: учебник / И. В. Ершова [и др.]; под ред. И. В. Ершова. – Москва: Проспект, 2020. – 224 с.

© Свергун А.Е., 2022

УДК 321.64

АВТОРИТАРНЫЙ РЕЖИМ КАК СРЕДА ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Свиридова И.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Московский государственный
психолого-педагогический университет», Москва*

Авторитарный режим чаще всего рассматривают как режим, который ограничивает права населения и тормозит общее развитие государства, а в основе регулирования правовых социальных процессов лежит принуждение и силовые методы. Доказательствами являются многие авторитарные государства с негативными последствиями данного режима. Но в реальности авторитарный режим может стать средой для экономического развития, источником стабильности государства в целом. А сила и принуждение не будут главными инструментами регулирования общественных сфер жизни страны.

Авторитаризм, как и все политические режимы, имеет свои сильные стороны – обеспечивать постоянство, стабильность как экономики, политики, так и общественной жизни государства. И во многих странах, таких как Саудовская Аравия, Азербайджан, Бахрейн, Иран, методами удержания и регулирования общества выступают не принуждение и сила. В этих государствах господствует теократический авторитарный режим, при котором идеологией является религия, церковь влияет на государственный аппарат и полностью контролирует его.

Рассмотрим страну с авторитарным режимом – Саудовскую Аравию. Уровень развития этой страны в целом высок. Но обратим внимание на инструменты регулирования общества этой страны. Всё в стране подчиняется правилам шариата – свод норм и предписаний, основанный на Коране, Сунне. Вера, приверженность религии выступают главными инструментами регулирования всех сфер жизни общества данного государства.

В древности многие государства придерживались авторитарного режима. Со временем этот режим начал утрачивать свое влияние с развитием общества, а точнее его интересов. Но по-прежнему существует множество государств экономически стабильных и при этом успешных,



хотя в них господствуют не демократические режимы. Об этом свидетельствуют современные рейтинги стран, в которых, например, Китай свободно конкурирует с Соединенными Штатами Америки.

Кроме Китая, авторитарными странами являются и другие государства азиатского региона: Сингапур, Малайзия, Южная Корея; страны Персидского залива: Объединенные Арабские Эмираты, Саудовская Аравия; Вьетнам, Египет и другие. Экономический рост в этих государствах произошел, в первую очередь, из-за успешной политики авторитарного правительства, целями которой было открытие рынка, а также его капитализация.

Исходя из опыта стран Восточной Азии, можно понять, что довольно долгая приверженность к авторитаризму приводила к двум последствиям: либо глубокий кризис всей внутренней государственной структуры, либо удачное ранее существующего авторитаризма, которое при этом еще предусматривало демократизацию экономической сферы. В настоящее время многие государства, которые последовали по второму пути, показали свою социальную, политическую и экономическую силы, а также способность сохранять сильную централизованную власть при свободной экономике.

Рассмотрим страну Испания, и ее «испанское чудо». В конце первой половины двадцатого века в этой стране формируется авторитарный режим. А во главе государства стоит Франсиско Франко. «Испанское чудо» – феномен рекордного экономического роста, который начался в 1959 году. Но мировой нефтяной кризис, 1973 года, привёл к завершению этого «экономического чуда».

Девятнадцатый век был веком нестабильности для Испании. В конце девятнадцатого – начале двадцатого страна добилась некоторой стабильности, но Великая депрессия не смогла не повлиять на Испанию. Все завершилось Гражданской войной в Испании с 1936 по 1939 год и приходом Франсиско Франко к власти. Политика Франко была жестокой, особенно по отношению к оппозиционерам. Массовые репрессии проходили с 40-х по 50-е года двадцатого века. К их началу было около 200000 политзаключенных, а к 1941 году – уже 1-2 миллиона. Из этого числа было расстреляно почти 196 с половиной тысяч человек.

В начале 60-х годов двадцатого века был разработан план, созданный технократами с одобрения Франсиско. Стабилизационный план работал прекрасно и принес значительные успехи: в 1960-х годах Испания была второй страной в мире по темпам экономического роста, немного отставая от Японии, которая во второй половине двадцатого века занимала первое место по темпам роста промышленности, технологий, судостроения, второе место по сталелитейному производству, а также по автомобилестроению и электроники. В рейтинге Испания стала девятой по величине экономикой в



мире. В период с 1960 по 1974 год экономические показатели государства росли в среднем на 6,6% в год. Показатели выше, чем у Испании были только у Японии. Благодаря Франко улучшилось не только экономическое положение страны, но и политическое: в начале 1950-х годов прокатилась волна признаний Испании на международной дипломатической арене.

Можно сделать вывод, что авторитарный режим может быть даже полезен для стран, которые переживают экономическую нестабильность, кризис. Ведь благодаря авторитаризму планирование становится более реальным. А оно, в свою очередь, приводит к стабилизации.

Это можно подтвердить на примере еще одной страны, такой как Чили. До 1973 года Чили была демократической страной. Но в сентябре 1973 года произошёл военный переворот, в результате которого к власти пришла хунта, руководителем которой был Аугусто Пиночет. Государственный строй Чили в 1973-1990 годах представлял собой военно-авторитарную диктатуру. При Пиночете были запрещены все левые политические партии, профсоюзы. Забастовки считались нарушением закона. Тысячи сторонников Альенде, предыдущего руководителя страны, были брошены в тюрьмы, многие из них погибли. Смягчение режима отмечалось только с середины 80-х годов двадцатого века.

Право управлять экономикой Пиночете полностью передал «чикагским мальчикам» – группа приблизительно из 25 чилийских экономистов 70-х годов 20 века, работавших с целью построения «свободного рынка» в Чили и децентрализации её экономико-политической системы.

Они разработали радикальную программу экономики, получившей название «шоковая терапия». Обычно под этой «терапией» понимают комплекс радикальных мер по оздоровлению и выводу экономики из кризиса. Чилийская программа включала в себя резкое сокращение денежной массы и расходов правительства, массивную дерегуляцию рынка и либерализацию внешней торговли. Программу одобрили мировые экономисты, чикагские профессора Милтон Фридман и Арнольд Харбергер, а также Международный валютный фонд. В 1973 году начинаются первые экономические реформы, которые уже дали значимые результаты для страны и населения.

С 1975 по 1981 годы было достигнуто «чудо». Благодаря этому экономика выросла на 6,6 процентов год. Для сравнения экономика США по статистике растет на 2,5 процента в год. А ВВП Чили вырос на 38,8%, инфляция снизилась до приемлемого уровня. Также «Чикагские мальчишки» отменили почти все ограничения на прямые инвестиции из-за рубежа, создав «пакет гарантий для иностранных инвестиций». Только займы с 1977 по 1981 годы увеличились в три раза из-за «благоприятных условий» для инвесторов, которые устроили чикагские экономисты.



Но в 1982 году произошёл тяжелый кризис, связанный с неудачной финансовой (валютной) политикой и внешним долговым кризисом, который произошёл по инициативе Соединенных Штатов Америки. Федеральная Резервная Система США резко повысила процентные ставки. За два года кризиса ВВП существенно снизился на 18,9 процентов. Но с 1984 года новая волна реформ смогла восстановить экономику страны и повысить ВВП государства на 33%.

На рис. 1 приведена диаграмма «ВВП на душу населения в Чили в % к среднему уровню Латинской Америки в 1900-2008гг.»

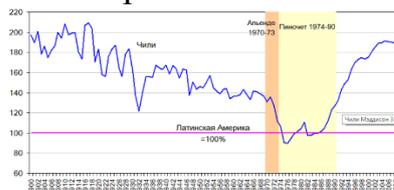


Рисунок 1 – ВВП на душу населения в Чили в % к среднему уровню Латинской Америки в 1900-2008гг.

По рис. 1 можно понять, что именно в правление Пиночета экономика относительно стабилизировалась, а уровень развития экономики стал заметно повышаться с 1986 года вместе с ростом ВВП на душу населения.

Из этого можно сделать вывод, что с самого начала такая смена правительств не приносила успехов, но в итоге Чили удалось восстановить экономику. Уже к 2000 году ВВП на душу населения Чили превышал почти на 80% средний ВВП всей Латинской Америки и отставал от Америки уже меньше, чем в 1,5 раза, хотя до этого отставание было в 4 раза. До Пиночета ВВП был в 2,5 раза ниже, чем при его правительстве. То, что произошло за 30 лет можно назвать «чилийским экономическим чудом».

Показатели, характеризующие экономический рост в Чили и Латинской Америке по основным периодам политического и экономического развития, представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Экономический рост в Чили и Латинской Америке по основным периодам политического и экономического развития

Периоды	Среднегодовые темпы прироста ВВП на душу населения, %		
	Чили	Латинская Америка	Отставание/опережение, п.п.
1917-1970	1,1	2,0	-0,9
С.Альенде, 1971-1973	-5,2	4,7	-9,8
А.Пиночет, 1974-1975	-7,9	2,1	-10,0
А.Пиночет, 1975-1981	5,6	2,2	3,5
А.Пиночет, 1981-1983	-8,3	-4,2	-5,7
А.Пиночет, 1983-1990	4,2	0,4	3,7

По табл. 1 видно, что при Пиночете темпы роста увеличивались и даже опережали темпы Латинской Америки в некоторых периодах. Но даже отставание стало значительно меньше, чем в начале 20 века и до правительства Аугусто.

«...с тех пор чилийская экономика постоянно функционирует лучше, чем в любой другой южноамериканской стране» - так о «шоковой терапии»,



проводимой в Чили, говорил Милтон Фридман, который и одобрил эту самую программу.

Итак, в заключение следует подчеркнуть, что, несмотря на мнения, что только демократические институты способны обеспечить стране развитие, что авторитарный режим неэффективен, факты доказывают обратное: при продуманной политике государство процветает, авторитаризм может стать средой для развития экономики и общества в целом. Этот режим особенно полезен для государств, которые переживают кризис политический или экономический. Это видно на вышеприведенных примерах. Авторитаризм способствует развитию стабилизационных планов, которые оздоравливают положение страны. И также несмотря на заметную пропаганду демократии и политических свобод по всему миру в нынешнее время, по-прежнему существуют страны с авторитаризмом, а его типичные способы и методы регулирования общественной жизни распространены и актуальны.

Список использованных источников:

1. Адодина А.О. Влияние уровня демократизации страны на инновационный потенциал экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2012. №12. [URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-urovnya-demokratizatsii-strany-na-innovatsionnyu-potentsial-ekonomiki>]

2. Боброва Анна Владимировна, Гарипов Роберт Ильизаревич. Факторная оценка уровня жизни населения экономически неразвитых стран // ВЭПС. 2016. №3. [URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/faktornaya-otsenka-urovnya-zhizni-naseleniya-ekonomicheskii-nerazvityh-stran>]

3. Сапьяная Е.М., Косторовец Л.Б. Анализ зарубежного опыта государственного управления структурными преобразованиями в экономике // Научный результат. Экономические исследования. 2016. №1 (7). [URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-zarubezhnogo-opyta-gosudarstvennogo-upravleniya-strukturnymi-preobrazovaniyami-v-ekonomike>]

© Свиридова И.Ю., 2022



УДК 338.1:004.9

ЦИФРОВАЯ ЗРЕЛОСТЬ КАК ДРАЙВЕР ПРОЕКТНОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Седова О.А., Фокина О.В.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Вятский государственный университет», Киров

В условиях современной цифровой экономики очевидным фактором развития бизнеса, обеспечивающим создание конкурентных преимуществ и рост потребительской ценности предлагаемых рынку товаров, работ, услуг, является активное внедрение цифровых технологий во внешние и внутренние бизнес-процессы. При этом не имеет значения, к какому типу бизнеса относится компания – инновационному или традиционному. Использование цифровых технологий и получение знаний посредством обработки данных неизбежно ведут к генерации новых способов, инструментов и сервисов, которые вызывают необходимость инфраструктурных изменений как внутри самой организации, так и при взаимодействии ее с внешними участниками рынка [1].

Согласно результатам аналитических исследований, проведенных компанией Deloitte [2], наиболее развитые в цифровом отношении компании демонстрируют конкурентные преимущества по ряду показателей, например, таких как рост выручки, сроки вывода продуктов на рынок, эффективность затрат, качество продуктов и удовлетворенность потребителей. Компании с низким уровнем развития цифровых технологий не имеют инструментов либо имеют их в недостаточном количестве для извлечения аналогичной выгоды. Очевидным становится тот факт, что современные технологии все чаще выполняют роль драйвера роста и ключевых изменений в подходах к управлению в компаниях. С большой долей вероятности, разрыв в развитии между цифровыми «флагманами» и аутсайдерами будет лишь возрастать.

Принимая во внимание данные очевидные тренды, для компаний крайне актуальным становится вопрос определения своего уровня цифровой зрелости и выработки наиболее эффективных и жизнеспособных стратегий и моделей, направленных на повышение этого уровня адекватно развитию технологий и возможностям компании.

Во многих источниках понятие «цифровая зрелость» приравнивается к понятию «цифровая трансформация», но подобное отождествление данных явлений представляется спорным. Цифровая трансформация – это процесс, целью реализации которого является достижение компанией определенного уровня цифровой зрелости. Очевидно, что этот уровень



предполагается таким, при котором компания получает явные преимущества по сравнению с исходным положением и по сравнению с другими участниками рынка.

В российских и зарубежных источниках встречаются различные подходы к пониманию сущности цифровой зрелости.

На законодательном уровне под цифровой зрелостью понимается достижение определенных показателей по ключевым отраслям экономики и социальной сферы в рамках реализации проектов цифровой трансформации [3].

Некоторые исследователи рассматривают цифровую зрелость с точки зрения аналитики и понимания компанией своего внутреннего состояния. Например, по мнению Д.В. Кузина, цифровая зрелость представляет собой уровень системного понимания всех процессов, ключевых аспектов, компетенций, связанных с цифровыми технологиями и использованием цифровизации в разработке стратегий, бизнес-моделей, систем взаимодействия с партнерами [4]. Компания «Gartner Consulting» характеризует цифровую зрелость с точки зрения способности выявлять, создавать и участвовать в создании, предлагать, монетизировать и адаптироваться в условиях цифровой эры [5].

Своего рода процессный подход к рассматриваемому явлению отражают идеологи компании Deloitte, характеризую цифровую зрелость как постепенный и целенаправленный процесс организационного обучения, обуславливающий реакцию на возникающую и изменяющуюся цифровую среду [6]. Поддерживают их И.В. Асланова и А.И. Куличкина, определяя цифровую зрелость в качестве постепенного процесса интеграции и имплементации процессов организации и ее ресурсов в цифровые и наоборот [7].

Логачева Н.А. придерживается точки зрения, что цифровая зрелость – это результирующее состояние хозяйствующей системы региона, формирующееся под воздействием различных факторов, качественная характеристика которой дает нам представление об условиях для процессов цифровой трансформации, возможностей использования цифрового потенциала для выявления стратегических точек роста, для разработки индивидуальных траекторий цифрового развития [8].

По мнению Г.А. Хачатряна и И.В. Мухиной, цифровая зрелость представляет собой совокупность характеристик компании, которые позволяют оценить ее состояние как перед началом цифровой трансформации, так и после нее [9].

Таким образом, разнообразие подходов к определению понятия «цифровая зрелость» свидетельствует о том, что в отечественной и международной практике не сложилось общепринятое и устоявшееся его определение.



Вместе с тем, по результатам проведенного аналитического исследования различных подходов к понятию «цифровая зрелость», можно выделить следующие характерные для данного явления признаки:

взаимосвязь с используемыми в компании цифровыми технологиями; влияние на адаптационные возможности компании к быстро меняющимся условиям рынка;

цифровое преобразование бизнес-процессов и управления в компании, влекущее за собой повышение их эффективности;

наличие индикаторов, позволяющих выявить точки роста компании;

влияние на индивидуальные траектории цифрового развития;

гибкость, способность к быстрым изменениям в зависимости от стека технологий.

Выявленные признаки позволяют сделать вывод, что цифровая зрелость представляет собой многоаспектное явление, характеризующее степень внедрения цифровых технологий в управление и бизнес-процессы компании и получаемый от этого эффект, а также позволяющее выявить «сильные» и «слабые» стороны в процессе цифровых преобразований, находить новые точки роста и новые возможности для использования цифровых технологий в целях развития и сохранения конкурентоспособности в быстро меняющихся условиях современной цифровой экономики. Важно отметить, что цифровая зрелость – это динамическая, изменяющаяся со временем категория, так как один из ее главных атрибутов – цифровые технологии – изменяется постоянно.

Принимая во внимание, что цифровая зрелость рассматривается одновременно как процесс и как результат трансформационных изменений, для компании важно определение своего уровня цифровой зрелости для понимания текущего места в современной цифровой экономике, поиска реальных точек роста и возможностей для их воплощения в жизнь.

При определении уровня цифровой зрелости компании наиболее показательно исследование следующих ключевых составляющих:

1. Бизнес-модель компании. Каким способом компания аккумулирует прибыль, насколько ее бизнес-модель эффективна, конкурентоспособна и может гибко перестраиваться в зависимости от изменений на рынке? Например, в IT-компаниях с высоким уровнем цифровой зрелости продают не лицензии на использование программного обеспечения или сервисов, а регулярные подписки, что позволяет улучшать показатели LTV (Lifetime value). Или же они предоставляют часть продукта бесплатно, а дополнительный, расширенный функционал уже за деньги, что повышает уровень вовлеченности потенциальных клиентов, готовых попробовать продукт, но пока еще не сформировавших для себя его ценность. Также на сегодняшний день очевидным трендом можно назвать бизнес-модель,





ядром которой выступает цифровая платформа, позволяющая организовать все цепочки взаимодействия между продавцами и покупателями.

2. Клиентоцентричность. Насколько грамотно и эффективно компания управляет жизненным циклом клиента и полученными данными о нем? Персонализирован ли подход к покупателю и есть ли у компании возможность коммуницировать в любых удобных для клиента каналах (омниканальность)? Здесь, безусловно, самым ярким примером зрелых компаний являются те, которые в пик пандемии COVID-19 смогли не растерять и даже нарастить свою клиентскую базу. И это был не случайный успех, а результат сложной работы, направленной на цифровое развитие маркетинга и продаж. Если говорить о цифровых трендах в сфере выстраивания контакта с клиентами, то необходимо выделить направление «виртуализации»: виртуальные туры, примерки, трехмерная визуализация и иные VR-технологии. Также отметим интеллектуальные системы видеонаблюдения, которые позволяют анализировать перемещения и зоны интересов клиентов, наличие очередей, наличие, доступность уровень продуктовой привлекательности товаров на полках.

3. Уровень вовлеченности сотрудников в работу компании. Внедрены ли в компании современные технологии для удаленного командного взаимодействия, при этом чтобы эффективность такой работы не падала? Здесь опять уместно сказать о компаниях, которые в пандемию перешли на удаленный формат работы за несколько дней, подтвердив тем самым высокий уровень цифровой зрелости, в то время как другие компании, использующие цифровые технологии на начальном уровне, до сих пор не могут освоить такой формат работы, что приводит к потере позиций на рынке. В зрелых компаниях внедрены удобные инструменты совместной работы, эффективная программа адаптации новых сотрудников, существует и постоянно пополняется общая база знаний, а также автоматизирована обработка типовых запросов (например, с помощью сервиса helpdesk). В качестве тренда здесь следует отметить курс на создание «цифровых» рабочих мест, которые позволяют сотрудникам эффективно решать свои трудовые задачи из любого места, где есть доступ к сети Интернет, без привязки к физическому месту работы. Благодаря использованию такой технологии компания может собирать и объединять на общей цифровой платформе любые команды для реализации самых разноплановых проектов, не испытывая при этом жестких ограничений, связанных с физическим местом нахождения участников команды.

4. Оптимизация бизнес-процессов. Как правило, ключевые направления работы по оптимизации направлены на: сокращение срока вывода продукта на рынок, устойчивый прирост производительности, сокращение времени простоя, снижение операционных расходов, повышение точности прогнозирования спроса, эффективность работы с



рисками. Сюда же можно отнести и постпродажный клиентский сервис, который помогает повышать лояльность со стороны потребителей и обеспечивать дополнительные продажи в компании. В качестве основных цифровых трендов этого направления можно назвать «машинное зрение» и видеоаналитику, с помощью которых можно выявлять нарушения в производственных цепочках, отслеживать соблюдение регламентов качества, правил техники безопасности, форматы общения с клиентами и на основании полученных данных своевременно принимать необходимые управленческие решения.

Оценка состояния перечисленных областей позволяет компании решать такие стратегические задачи как: определение существующего и планируемого уровней цифровой зрелости; формулирование целей цифровизации деятельности, ключевых показателей достижения поставленных целей и индикаторов достижения показателей; анализ показателей цифровизации и результативности деятельности компании в сравнении с компаниями-конкурентами (проведение конкурентного анализа); преодоление внутренних барьеров, тормозящих развитие компании, в том числе связанных с изменением внутрикорпоративной культуры и подходов к управлению; совершенствование операционной деятельности компании, внедрение новых подходов и инструментов, оптимизирующих бизнес-процессы; поиск возможных драйверов роста с помощью современных цифровых технологий.

Следует отметить, что, определяя цифровую зрелость, компания тем самым характеризует степень своей готовности к цифровым преобразованиям, выявляет потенциал к развитию и на основании этих данных может выбрать направление роста. При этом, необходимо понимать, что одномоментное выполнение полномасштабной цифровой трансформации и достижение высокого уровня цифровой зрелости не представляется возможным. Данный процесс требует осмысленного, взвешенного и реалистичного подхода, при котором учитываются такие факторы как: условия рынка, участником которого является компания; уровень развития цифровой инфраструктуры и сервисов, технической оснащенности компании; специализация деятельности компании; уровень квалификации персонала и степень его вовлеченности в бизнес-процессы; инвестиционные возможности компании.

Для достижения ощутимого прогресса на пути к цифровой зрелости необходимы правильная стратегия и ресурсы, а затем и последующая оптимизация всех процессов. Также крайне важно, чтобы в компании был «цифровой» лидер, способный управлять командой цифровой трансформации и мотивировать ее на флагманское внедрение цифровых технологий и «умных» решений.



Таким образом, в рамках данной статьи были проанализированы различные подходы к пониманию сущности дефиниции «цифровая зрелость», выявлены характерные для этого понятия признаки и предложена авторская трактовка понятия. Помимо этого, рассмотрены ключевые элементы, подлежащие изучению в процессе определения уровня цифровой зрелости компании, и тренды, характерные для каждого элемента. Дальнейшее направление исследования может быть сфокусировано на поиск методик определения степени воздействия каждого элемента на итоговый уровень цифровой зрелости компании.

Список использованных источников:

1. Оценка цифровой зрелости компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://terralink.ru/tsifrovizatsiya-uslugi-poupravlencheskomu-konsaltingu/otsenka-tsifrovoy-zrelostikompanii/>.

2. Поворот к цифровой зрелости. Семь возможностей, играющих центральную роль цифровой трансформации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/digital-maturity/digital-maturity-pivot-model.html>.

3. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2022].

4. Кузин, Д. В. Проблемы цифровой зрелости в современном бизнесе / Д. В. Кузин // Менеджмент / - 2019. - № 3. – С. 12 - 16.

5. Долганова, О. И., Деева, Е. А. Готовность компании к цифровым преобразованиям: проблемы и диагностика / О. И. Долганова, Е. А. Деева // Бизнес-информатика / - 2019. - № 2. – С. 14 – 19.

6. Исследование SAP и «Делойта»: как повысить уровень цифровой зрелости - от стратегии до внедрения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www2.deloitte.com/kz/ru/pages/consulting/articles/sap-deloitte-research.html>.

7. Aslanova, I. V., Kulichkina, A. I. Digital maturity: definition and model / I. V. Aslanova, A. I. Kulichkina // Advances in Economics, Business and Management Research / - 2020. - № 8. – С. 3 – 6.

8. Логачева, Н.А. Оценка уровня цифровой зрелости региона в контексте стратегического развития / Н. А. Логачева // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета / – 2021. - № 2. – С. 17 – 21.

9. Хачатрян, Г. А., Мухина, И. В. Управление цифровой трансформацией компании: корпоративная модель экспресс-оценки «цифровой зрелости» / Г. А. Хачатрян, И. В. Мухина // Актуальные проблемы экономики и менеджмента / - 2020. - № 3. – С. 15 – 18.

© Седова О.А., Фокина О.В., 2022



УДК 334.024

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ ПАРТНЕРСТВА БИЗНЕСА И ВЛАСТИ КАК СЛЕДСТВИЕ ИХ ВЗАИМНОГО ВЛИЯНИЯ ДРУГ НА ДРУГА

Семенов А.А., Иващенко Н.С.

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

Бизнес ищет путь влияния на власть, потому как правительство является немаловажным фактором для развития предпринимательства и достижения главной цели – получение прибыли.

Для доведения до власти своих проектов и требований бизнес располагает актуальными положениями и условиями паритета для открытых отношений. Частный сектор функционирует и полностью определяет благосостояние экономики. Природные ресурсы отданы в распоряжение бизнеса, который реализовывает экспортно-сырьевую модель развития, что занимает две трети доходов страны. Столкновения интересов и борьба за ресурсы влияет на экономическую и политическую ситуацию, в том числе в регионах. Состоятельные бизнесмены анализируют экономическую ситуацию с ориентиром, что можно приобрести или потерять [1].

Конкурентоспособность страны напрямую зависит от бизнеса, как и производительность труда, потому как он принимает участие в разработке государственной экономической политики. Предпринимательство влияет на преодоление Россией возможных негативных тенденций. Все это обуславливает способность влияния бизнеса на власть и общество по многим направлениям.

Влияние бизнеса на власть может быть мягким и радикальным, прямым и косвенным, открытым и теневым [1].

Мягкое влияние находит свое отражение в работе парламента путем лоббирования интересов бизнеса, что считается косвенным способом оказания влияния. Осуществляется косвенное влияние через своих представителей в государственных властных структурах, неформальные личные отношения с государственными чиновниками. Расходы на лоббирование впоследствии значительно окупаются.

Если говорить о радикальном влиянии, то оно более губительно для существующего строя, так как может оказать влияние на изменения в руководстве стране, смену ее политического и экономического курса.

Для устойчивого развития бизнеса требуется создание такой экономической системы, которая будет удовлетворять его интересы, а



бизнес, в свою очередь, будет удовлетворять интересы государства, прежде всего, правильно и в полном объеме платя налоги, развивая необходимые секторы экономики, обеспечивая занятость населения и т.д.

Любой затянувшийся экономический спад приводит к нарастанию социальных проблем. В этих условиях региональные и муниципальные органы власти, как правило, ограничены в финансово-экономических возможностях решения проблем социального характера за счет бюджетных средств. Следствием этих обстоятельств является необходимость регионам искать вспомогательные ресурсные перспективы с целью их использования для развития территорий. Активизация содействия в социальных процессах всех субъектов экономических отношений (общества, бизнеса, государства), объединение их усилий привлекает дополнительные ресурсы [2].

Стремительное становление сферы сервиса и информационных технологий вместе с осознанием ценности и значимости человеческого капитала с общественной устойчивостью в государстве характеризуется новейшими процессами, протекающими в обществе, что ведет за собой возрастание роли бизнеса и вызывает надобность поиска оптимальных партнерских взаимоотношений бизнеса и государства [3].

В исследованиях ведущих российских (В.Г. Варнавского, Г.Б. Клейнера, В.Н. Лексина, А.И. Татаркина) и зарубежных (А. Кэрролла, Р. Фримэна) ученых подтверждено объединяющее звено этих концепций, чем является признание важности партнерского взаимодействия власти, бизнеса и общества для обеспечения социально-экономического развития [2].

Существование и развитие бизнеса и государства зависит от обеспечения возможности реализации их жизненно важных интересов. Это: удовлетворение совокупных потребностей, делающее возможным гармоничное развитие общества;

социально-экономическое развитие территорий;

максимизация прибыли для бизнеса и пополнение бюджета для государства.

Впоследствии между субъектами будет обеспечен крепкий и благоприятный темп развития при соблюдении взаимовыгодных взаимодействий.

Сегодня с учетом сложившихся кризисных условий власть уже не полагается исключительно на рыночные силы обеспечения устойчивого развития. Дальнейшие действия государства направлены на формирование эффективного и цивилизованного партнерства с бизнесом, что определяется рядом факторов [6]:

эффективное и цивилизованное партнерство бизнеса и власти признано необходимым условием для совместного развития частной собственности и общества в целом;



ликвидация дисбаланса развития системы трехсторонних отношений (общества, бизнеса и власти) должна привести к гармонии всех субъектов экономического партнерства;

переход от административных механизмов государственного воздействия и участия в управлении частной собственности к формированию взаимовыгодного механизма взаимодействия с бизнес-структурами, которые располагают значительными организационными, интеллектуальными и экономическими ресурсами;

сохранение предприятий стратегической направленности в руках государственной власти;

обеспечение эффективного партнерского взаимодействия власти, бизнеса и общества.

В последнее время в России проявляется тенденция к формированию механизма взаимодействия власти с обществом и бизнесом, использующего совокупность инструментов для согласования трехсторонних интересов при решении приоритетных социально-экономических проблем. Он должен будет способствовать повышению темпов роста экономики и социального уровня жизни в результате роста государственного бюджета, развития науки и технологий, привлечения инвестиций и т.д. [4]. Однако, следует помнить, что плохая организация процесса приводит к его дискредитации, а, следовательно, необходимо своевременно мониторить эффективность и уровень организации такого трехстороннего партнерства, для чего необходимы соответствующие аналитические инструменты [5].

Итак, необходимость развития и управления партнерскими взаимоотношениями бизнеса и государства связана с их непосредственным влиянием друг на друга. Бизнес зависит от власти, ровно также, как и правительство от предпринимательства. Без партнерских отношений государство не сможет быть конкурентоспособным наряду с другими странами. В такой же взаимосвязи находится и бизнес, ведь работа в тандеме способствует созданию наиболее эффективной среды для реализации оптимальных условий взаимодействия. Бизнес-элита зачастую сама участвует в формировании властных структур, тем самым предопределяя формы сотрудничества с властью в будущем.

Список используемых источников:

1. Плотникова Н. А. Особенности взаимодействия бизнеса и власти в регулировании социально-экономических проблем территории // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – № S28. – С. 56–60.
2. Развитие государственно-частного партнерства в России в 2015–2016 гг. Рейтинг регионов по уровню развития ГЧП / Ассоциация «Центр развития ГЧП», Министерство экономического развития Российской Федерации. – М.: Ассоциация «Центр развития ГЧП», 2016. – 36 с.



3. Иващенко Н.С. Аналитические инструменты управления стратегическим партнерством коммерческих организаций / В сборнике: Аналитические инструменты коммерческих организаций в инновационной экономике. Сборник научных трудов круглого стола, посвященного юбилейному году РГУ им. А.Н. Косыгина. Под редакцией А.В. Генераловой. 2020. С. 112-117.

4. Копытова Е. Д. Власть, бизнес и общество: теория и практика взаимодействия // Россия: тенденции и перспективы развития. 2017. №12-3.

5. Иващенко Н.С. Управление развитием партнерских отношений организации / В сборнике: Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности: сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума «Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности» Международного Косыгинского Форума «Современные задачи инженерных наук». 2019. С. 30-33.

6. Ахмеджанов, В. Э. Взаимодействие власти и бизнеса как необходимый элемент развития современной экономической сферы / В. Э. Ахмеджанов. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 23 (261). – С. 224-226.

© Семенов А.А., Иващенко Н.С., 2022

УДК 339.138

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИДЖИТАЛ ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА НА РЫНКЕ ФЭШН-ИНДУСТРИИ

Семенова А.А., Дружинина И.А.

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

Современная модная индустрия является одним из передовых экспериментаторов в использовании диджитал инструментов в продвижении. Многие модные дома и бренды активно внедряют новые технологии в свои стратегии продвижения, а такие особенности индустрии как иммерсивность, широта креативных решений и интерактивность, являются залогом успеха [1].

Использование диджитал технологий помогло модному рынку выйти из кризиса после пандемии и найти новые пути развития. Так, По оценкам экспертов экономическая прибыль модных брендов в 2020 году упала на 90%. Однако, несмотря на негативный экономический эффект и перспективы, пандемия оказала и позитивное влияние: всего за несколько



месяцев пандемии фэшн компании продвинулись на 5 лет вперед в использовании диджитал технологий [2, с. 11].

Например, премиальный и люксовый сегменты рынка ранее рассматривали диджитал каналы и электронную коммерцию лишь как дополнение к основным способам продвижения. Пандемия сменила эту тенденцию. Сегодня большая часть управляющих люксовыми брендами планирует обращать повышенное внимание на эти каналы коммуникации, рассматривая их как равную альтернативу брендовым магазинам [3]. Таким образом, использование технологий помогает преодолеть экономические трудности и выйти на новый уровень взаимодействия с целевой аудиторией, что в итоге приносит модному бренду прибыль.

В условиях ускоренной цифровизации модный бизнес ищет новые пути развития. Все больше процессов переходят в диджитал формат. Однако, как показали недели моды осенью 2021 года, не все модные дома готовы отказаться от привычных оффлайн мероприятий, например от показов на неделях моды. Таким образом, игрокам на фэшн рынке необходимо продвинуть модные бренды, применяя диджитал технологии, поскольку этого требует современный рынок, при этом, не отказываясь от привычных оффлайн мероприятий. Важно отметить, что данный вопрос более остро возникает именно в люкс сегменте рынка модной индустрии. Именно его потребители особенно нуждаются в вовлечении в привычные мероприятия по продвижению таких брендов (показы, презентации), иначе будут потеряны их эксклюзивность и статусность, что, в свою очередь, удерживает клиентов люкс сегмента [4, с. 36]. Соответственно, бридж-брендам, и масс-маркету проще приспособиться к переходу в диджитал формат, при отсутствии значительных затрат на проведение показов и презентаций.

В современных условиях возникает потребность в инструментах, которые позволили бы максимально безболезненно перенести привычные процессы в цифровую среду, при этом не теряя чувство человеческого контакта и прикосновения к уникальным историям и коллекциям брендов. Так, наряду с уже привычными документальными фильмами о создании коллекции, музыкальными видео и подкастами, к диджитал инструментам продвижения присоединяются эксперименты в виртуальной и дополненной реальности.

Рассмотрим подробнее основные способы использования диджитал инструментов продвижения: использование виртуальной реальности; показ коллекции в виртуальной реальности; формат подобного шоу неограничен в креативности, каждый бренд создает свою идею и индивидуальное воплощение [5]. Например, дом Fabeeo Vreen организовал виртуальное шоу с показом коллекции, где манекены ходили по футуристичной сцене, а посмотреть его могли все желающие. Напротив, модный дом Balmain



выпустил виртуальный показ, который могли посмотреть лишь посетители бутика, надев VR-очки [6].

Цель VR – погрузить потенциального потребителя в новый мир, помочь по-новому прочувствовать опыт взаимодействия с брендом и получить положительную эмоциональную обратную связь. Также виртуальная реальность позволяет демонстрировать новые коллекции в высоком качестве, не используя реальные модели – образы представлены на виртуальных манекенах и вешалках, а пользователям предоставлена возможность самим выбрать нужный цвет и фасон костюма.

Видео в формате 360. Однако не у каждого пользователя есть возможность взаимодействия с виртуальной реальностью – VR-гарнитуры являются дорогостоящими, поэтому разработаны решения, позволяющие любому желающему с выходом в Интернет испытать на себе VR-путешествие в мир моды. Таким решением стало создание видео в формате 360. Воспроизводя видео на телефоне, пользователь может изменять угол обзора, перемещая телефон, а на компьютере – с помощью мышки. Несмотря на то, что это обычное видео, загружаемое в Интернет, его иммерсивность намного выше, чем у видео без 360-градусного обзора, а уровень вовлеченности и запоминаемости позволяет конкурировать с реальными показами мод, особенно во время ковид-ограничений [3]. Данный вид продвижения является хорошей альтернативой для брендов, у которых нет средств для качественного переноса всех моделей в виртуальную реальность.

Важно отметить, что VR позволяет максимально полно передавать любую историю и задумку, а выбор того или иного средства – проведение мероприятия в виртуальной реальности, создание моделей в VR или видео 360 зависят от целей, целевой аудитории мероприятия, бюджета и необходимого уровня иммерсивности.

Применение дополненной и смешанной реальности. Дополненная реальность позволяет повысить доступность и охват. Количество устройств, поддерживающих AR (augmented reality, AR) растет, соответственно, актуальность использования дополненной реальности растет пропорционально развитию технологии [7].

Показ коллекции в дополненной и смешанной реальности. С помощью AR можно создавать различные эффекты для шоу – при этом AR-сцены служат не просто визуалом, а являются способом рассказать потребителю историю, передать задумку авторов коллекции. Очки смешанной реальности бренды могут использовать и вне показов мод. Например, бренд Moschino создал виртуальный стенд – рядом с ним посетители могли надеть очки Magic Leap и взаимодействовать с цифровыми объектами.



Презентация предметов одежды в AR. Показы коллекций без использования образа моделей уже были проведены на неделях моды во время пандемии. При использовании этой технологии зрители видят лишь силуэт одежды, повторяющий движения на подиуме. Такой показ может показаться смелым и необычным решением, поэтому такая механика используется, в основном для продвижения и продаж [8].

Мировые бренды также прибегают демонстрации новых коллекций в AR. Так, люксовый дом Mulberry, занимающийся в основном продажей сумок премиум сегмента, интегрировал функцию показа новых моделей прямо в браузере. Adidas в свою очередь создал AR-опыт на платформе социальной сети Snapchat. В данном случае использование дополненной реальности является не столько демонстрирующим, сколько продвигающим и продающим. Этот кейс отражает еще одну нарастающую тенденцию в индустрии моды – использование социальных сетей для проведения AR-кампаний.

Примерка предметов в AR. Механика «try-before-you-buy» для виртуальной примерки актуальна не только из-за интереса покупателя увидеть предмет одежды на себе, но и из соображений безопасности и экономии ресурсов, так как нет необходимости тратить время и деньги на поездку в магазин [2]. Помимо создания полезных инструментов, таких как измерение размера обуви (от Nike), самые различные крупные бренды обращаются к try-before-you-buy чтобы предоставить возможность примерить на себе обувь, косметику и различные предметы одежды.

Игровые решения для браузера и коллаборации. Одним из диджитал технологий в продвижении является создание собственной игры, либо коллаборации. Например, бренд Balenciaga представил коллекцию в формате «бродилки», где пользователь мог перемещаться между футуристичными ландшафтами, в которых находились модели в различных образах. Однако в некоторых случаях брендам выгоднее интегрировать различные элементы коллекции в уже существующие игры или заключить коллаборативное соглашение с игровой компанией. Так, мировые бренды Marc Jacobs и Valentino запустили часть образов из своих коллекций в игру Animal Crossing. Таким образом, люди смогли нативно воспринимать образ бренда [3].

Виртуальный бутик в браузере. Другую диджитал технологию использовал в своем продвижении модный дом Valentino. Для того чтобы пользователи могли почувствовать себя как в модном бутикe, на базе браузера была сконструирована виртуальная вилла, по которой посетители могли гулять и взаимодействовать с окружающей средой. В данном пространстве можно не только посмотреть видео, почитать газету и посмотреть новые образы, но и приобрести их сразу из «виллы».



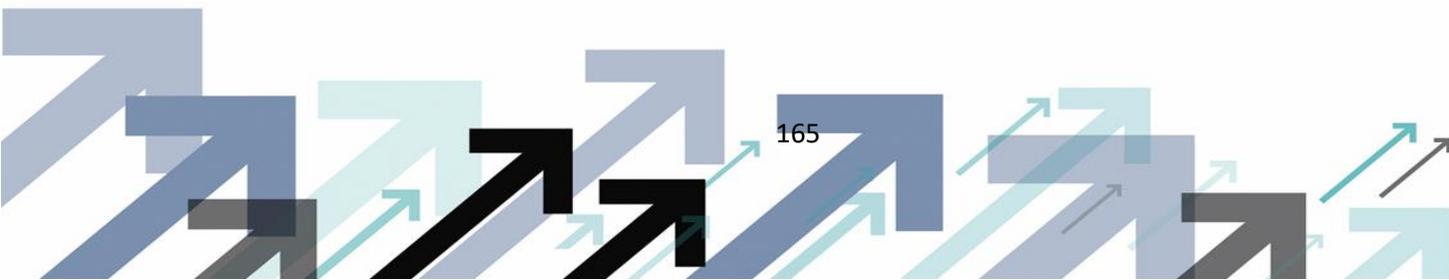
Можно заключить, что сегодня применение диджитал технологий для продвижения в модной индустрии стало не просто попыткой удивить и привлечь клиентов, но и реальной перспективой развития модного бизнеса, способом преодолеть кризис и найти новые пути реализации [9, с. 8].

Все большее количество брендов обращает внимание на нестандартные инструменты взаимодействия с аудиторией, уделяя внимание новым технологиям. В свою очередь, потребители положительно реагируют на модернизацию фэшн рынка, что отражается на продажах. Таким образом, перечисленные в данной статье диджитал инструменты, помогут брендам разных сегментов не только выйти из кризиса, но и повысить продажи, привлекая и расширяя свою аудиторию.

Список использованных источников:

1. Аленинская О.А., Щербакова Е.Н. Брендинг в индустрии моды. URL: <http://files.scienceforum.ru/pdf/2012/0885.pdf> (дата обращения: 06.03.2022).
2. Business of Fashion/ McKinsey&Company. The State of Fashion URL:<https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/State%20of%20fashion/2021/The-State-of-Fashion-2021-vF.pdf>
3. Phygital Fashion. Как индустрия моды меняет бизнес-модели с помощью современных технологий? URL:<https://vc.ru/marketing/204571-phygital-fashion-kak-industriya-mody-menyaet-biznes-modeli-s-pomoshchyu-sovremennyh-tehnologiy>
4. Ноздренко Е.А., Федурин Н.А. Маркетинговые стратегии модных брендов в условиях кризисного рынка. Сибирский федеральный университет. Красноярск, 2016г. с 96с.
5. Electric runway/Attending the circular fashion summit in virtual reality. URL: <https://electricrunway.com/attending-the-circular-fashion-summit-in-virtual-reality/>
6. Balmain: My city of lights. URL: <https://www.balmain.com/us/balmain/projects/my-city-lights>
7. AR reality/ AR Revenues to Reach \$27.4 Billion by 2023. URL: <https://arinsider.co/2019/07/09/ar-revenues-to-reach-27-4-billion-by-2023/>
8. Продвижение fashion-брендов в кризис 2022. URL: <https://vc.ru/u/1167905-dasha-fomina/414572-prodvizhenie-fashion-brendov-v-krizis-2022>
9. Конюхова Е.Е., Кузнецова Е.А. Особенности позиционирования брендов в индустрии моды. Москва, Вестник РУДН. Серия: Экономика, 2016 г. с. 10.

© Семенова А.А., Дружинина И.А., 2022





УДК 336.011

ЛИЗИНГ КАК ФОРМА ОБНОВЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Семенова В.С.

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Республика Беларусь

Несмотря на ускоренные темпы распространения лизинга в мире, единого общего понятия этого феномена так и не сложилось. Причиной этому может быть как неоднозначное содержание этой правовой конструкции, так и различия в правовых основах и системах отчетности. Поэтому представляется актуальным рассмотреть развитие такого феномена, как лизинг в Республике Беларусь.

В статье 636 Гражданского Кодекса Республики Беларусь лизинг определяется в качестве «договора финансовой аренды» [1, ст. 636], то есть рассматривается как разновидность договора аренды, связанная с передачей в пользование машин, оборудования, транспортных и иных материальных средств [2, с. 39].

Вместе с тем лизинг имеет и некоторые присущие только ему особенности. Эти особенности определены в Указе Президента Республики Беларусь от 24.02.2014 № 99, в котором под лизинговой деятельностью понимается предпринимательская деятельность по приобретению лизингодателем в собственность имущества в целях его последующего предоставления за плату во временное владение и пользование юридическому или физическому лицу [3].

Если говорить о том, что представляет собой сегодня лизинг, то необходимо отметить, что это хорошая альтернатива классическому финансированию, в котором удачно совмещены арендные отношения, а также различные элементы кредитования и финансирования [4, с. 35].

Как правило, в лизинговой сделке участвует три субъекта: лизингодатель, лизингополучатель, производитель (продавец). Лизингодателем является собственник имущества, который передает право пользования на него другому субъекту. Лизингополучатель – это то лицо, которому лизингодателем передается право пользования имуществом. Производитель (продавец) – субъект, который предоставляет имущество, которое является объектом лизинговой сделки. Но данный состав сделки может быть сокращён до двух субъектов, если продавец и лизингодатель, или производитель (продавец) и лизингополучатель являются одним и тем же лицом.

Если определять объект лизинга, то им могут быть любые не потребляемые вещи, которые используются для предпринимательской деятельности, кроме земельных участков и иных природных объектов. Следует подчеркнуть, что зачастую договор лизинга заключается по



отношению к транспортным средствам, сооружениям и зданиям, машинам и оборудованию.

Можно также отметить, что сущностной характеристикой лизинга является то, что происходит разделение понятия «собственность» на право владения и право пользования, однако собственником имущества на все время лизинговой сделки является лизингодатель. С точки зрения отношений, связанных с имуществом, лизинговая сделка состоит из двух взаимосвязанных составляющих: отношений по купле-продаже, а также отношений, сутью которых является временное использование имущества. Следовательно, эти отношения могут быть реализованы при помощи двух видов договора: купли-продажи и лизинга. Говоря о процессе лизинговой сделки, можно сделать вывод, что все элементы тесно связаны между собой, и получается, что исполнение одного договора дает импульс к возникновению следующей сделки, а участники лизингового процесса тесно взаимодействуют между собой на разных этапах [5, с. 7].

Определив сущность лизинговой сделки, можно выделить следующие цели лизинга:

- содействие развитию научно-технического прогресса;
- развитие материально-технической базы предприятия;
- расширение сотрудничества между отечественными и иностранными предприятиями.

Лизинг предоставляет возможность предприятию эксплуатировать современную технику без оплаты её полной стоимости, что позволяет проводить гибкую технологическую политику, реализовывать техническое перевооружение, а также реконструировать производство без существенных капитальных вложений в новое оборудование [2, с. 41].

Рассмотрев лизинг, представляется возможным произвести сравнительный анализ двух правовых конструкций: «лизинга» и «ссуды». Во-первых, процесс получения основных средств в лизинге проще, нежели их приобретение в ссуду, так как объект лизинга выступает в качестве залога. Во-вторых, лизинг более гибок, чем ссуда. Это объясняется тем, что ссудой предусмотрен ограниченный срок и размер погашения, а договором лизинга предоставляется возможность лизингополучателю составить собственный гибкий график лизинговых платежей. При сравнительном анализе этих двух правовых конструкций становится очевидным, что лизинг – возможность не привлекать заемный капитал и не снижать ликвидность баланса, что поспособствует поддержанию оптимального соотношения собственного и заемного капитала.

За последние несколько лет лизинг стал более популярным в Республике Беларусь в связи с его функционированием в роли инвестиционного механизма, который нужен для развития рыночных отношений. Также следует отметить, что в Республике Беларусь создана





довольно полная нормативная правовая база для развития лизинговых отношений. Основными нормативными правовыми актами, которые регулируют отношения в сфере лизинговых сделок, являются Гражданский Кодекс Республики Беларусь, Указ Президента Республики Беларусь от 24.02.2014 г. № 99 «О вопросах регулирования лизинговой деятельности», Налоговый Кодекс Республики Беларусь.

Можно выделить следующий перечень лидирующих лизинговых компаний в общем рейтинге по итогам 2020 года в Республике Беларусь: ОАО «Промагролизинг», ООО «АСБ Лизинг», СООО «Раффайзен-Лизинг», «ВТБ Лизинг», «РЕСО-БелЛизинг» [6, с. 9].

Анализ статистических данных показал, что лизинговый бизнес в Республике Беларусь в 2020 году сократил свои объёмы, однако несмотря на уменьшение суммарного количества договоров, выросла общая сумма заключенных договоров. Так, всего за 2020 год было заключено 126840 договоров лизинга, что на 54,31% меньше, чем за 2019 год, на общую сумму 3621334329 белорусских рублей (по среднеарифметическому курсу Национального Банка за 2020 год – 1299 млн. евро). Уменьшение по сравнению с 2019 годом составило 4,41% (на 19,65% – при пересчете в евро) [6, с. 63]. Всего за 2021 год было заключено 83297 договоров лизинга на общую сумму 4784 млн. белорусских рублей. Увеличение общей суммы заключенных договоров по сравнению с 2020 годом составило 32,11% [8, с. 42]. Анализируя приведенные данные, становится очевидным, что лизинговый бизнес сократил количество сделок по сравнению с предыдущими годами, что подтверждает факт негативного влияния ухудшения макроэкономической ситуации на количество лизинговых сделок.

Таким образом, в статье рассмотрена актуальность лизинговых отношений в республике, дана дефиниция лизинга, его общие характеристики, определены субъекты лизинговой сделки и дано определение каждого из них, выделены объекты лизинговой сделки, проанализировано влияние лизинга на обновление основных средств предприятий, дан сравнительный анализ лизинга и ссуды: зафиксированы преимущества одной юридической категории по отношению к другой, исследован лизинговый рынок в Республике Беларусь.

Список использованных источников:

1. Гражданский Кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 № 228-3 [Электронный ресурс] // ЭТАЛОН. URL: <https://etalonline.by/document/?regnum=hk9800218> (дата обращения: 09.04.2022).

2. Русак Е. С., Морозова Н. Н. Экономика организации (предприятия промышленности) : пособие / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь. Минск, 2018. 468 с.



3. Указ Президента Республики Беларусь от 24.02.2014 № 99 «О вопросах регулирования лизинговой деятельности» [Электронный ресурс] // ЭТАЛОН. URL: <https://etalonline.by/document/?regnum=P31400099> (дата обращения: 09.04.2022).

4. Бахмарева Н.В. Лизинг: сущность и перспективы // Учет, анализ и аудит: проблемы теории и практики. 2018. № 15. С. 35-39.

5. Щеголева Н. Г. Лизинг. / Московская финансово-промышленная академия.– М., 2005. 98 с.

6. Шиманович С. В., Цыбулько А. И. Белорусский рынок лизинга. обзор 2020 г. Минск: УП «Энциклопедикс», 2021. 160 с.

7. Шиманович С. В., Цыбулько А. И. Белорусский рынок лизинга. обзор 2018 г. Минск: УП «Энциклопедикс», 2019. 88 с.

8. Шиманович С. В., Цыбулько А. И. Белорусский рынок лизинга. обзор 2021 г. Минск: УП «Энциклопедикс», 2022. 126 с.

© Семенова В.С., 2022

УДК 004

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Семёнов Е.А., Кочеткова Е.С., Пулькинова Т.В.

Научный руководитель Трясцина Н.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российский государственный аграрный университет
– МСХА имени К.А. Тимирязева», Москва*

Со временем экономики стран (особенно в развитых странах) продолжали стремительно развиваться, что привело к появлению и перемещению больших объемов информации, а также к созданию и непрерывному развитию информационных технологий. Эти факторы привели к развитию «информационного общества», в частности феномена «информационной безопасности».

Роль информационной сферы, т.е. совокупности информации, системы регулирования информационной инфраструктуры и социальных отношений субъектов, которые собирают, формируют, распространяют и используют информацию, значительно возросла на этапе развития всего общества.

Информационная сфера как важный социальный фактор оказывает существенное влияние на многие сферы безопасности в России, особенно на хозяйствующие субъекты. Как правило, эти сферы включают экономическую, оборонную и политическую составляющие государственной и корпоративной безопасности [1].



Вся национальная безопасность России зависит от уровня информационной безопасности. Более того, эта зависимость будет время от времени усиливаться в ходе технического прогресса и развития информационных технологий в целом.

Угрозы информационной безопасности обычно делятся на преднамеренные и случайные угрозы [2].

Угрозы, которые возникают непреднамеренно и случайно, называются непреднамеренными или случайными. Появление таких угроз приводит к наибольшей потере информации.

Другие угрозы, которые не относятся к вышеуказанной группе, называются преднамеренными. Эта группа еще не полностью известна. Она также динамична и постоянно обновляется новыми типами и видами угроз. Наиболее распространенной угрозой в этой категории является несанкционированный доступ к информации.

Основные факты об информационной безопасности в сельскохозяйственном секторе включают:

основной способ утечки информации – через собственных сотрудников компании и деловых партнеров;

меры информационной безопасности и ответственность за раскрытие информации не всегда регулируются контрактом;

отсутствие контроля за сохранением, уничтожением и копированием корпоративных документов;

документы, содержащие коммерческую тайну, часто не публикуются как таковые;

отсутствие интереса к методам защиты информации в компьютерных сетях и корпоративных средствах коммуникации;

компания не хватает информации о стоимости информационной безопасности и взаимосвязи между ущербом и защищенной информацией.

Для обеспечения информационной безопасности в компаниях необходимо выделить несколько последовательных шагов [3].

Первым шагом является идентификация информации, защищенной коммерческой тайной. Это один из важнейших факторов для функционирования мер информационной безопасности. Если идентификация цели не производится своевременно и точно, эффективность системы защиты сильно ограничена или равна нулю.

Второй шаг заключается в выявлении возможных способов утечки информации. Это часто включает в себя человеческую ошибку, совместную деятельность с другими субъектами, промышленный шпионаж, недобросовестную конкуренцию, использование технических средств для несанкционированного доступа к информации.



Третий шаг – это введение мер информационной безопасности. Это включает в себя правовую основу защиты информации, организованную систему защиты и техническую систему защиты.

Информационная безопасность является основой всей корпоративной деятельности. Для того чтобы функционировать должным образом, а также безопасно, необходимо принять высококачественные меры информационной безопасности [4]. Информация является одним из важнейших факторов в решении бизнес-задач, играет важную роль в экономической безопасности компании и всегда должна находиться в центре внимания руководства компании.

Исходя из этого, разработка и совершенствование инструментов и методов оценки информационной безопасности агропромышленного комплекса является актуальной задачей для предприятий данного типа, и это решение необходимо для разработки методических средств оценки информационной безопасности и внедрения мер информационной безопасности на предприятиях агропромышленного комплекса.

Список используемых источников:

1. Алиева М.Ф. Информационная безопасность как элемент информационной культуры // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2012. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-bezopasnost-kak-element-informatsionnoy-kultury> (дата обращения: 28.03.2022).

2. Козлов А.Н. Анализ проблемы информационной безопасности предприятий малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://iii04.pfo-perm.ru/Data2004/DConf04/KozlovAN.htm> (дата обращения: 30.03.2022).

3. Напреев Я.Л. Система информационной безопасности предприятия агропромышленного комплекса // АНИ: экономика и управление. 2013. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-informatsionnoy-bezopasnosti-predpriyatiya-agropromyshlennogo-kompleksa> (дата обращения: 30.03.2022).

4. Мучаева В.В. Цифровая трансформация экономики на примере сельского хозяйства / В. В. Мучаева, Н. Ю. Трящина // Цифровая экономика: перспективы развития и совершенствования : сборник научных статей 2-й Международной научно-практической конференции, Курск, 30 июня 2021 года / Юго-Западный государственный университет; Северо-Казахстанский государственный университет им. М. Козыбаева; Северо-Кавказский федеральный университет, Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) в г. Пятигорске; Бухарский инженерно-технологический институт. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 187-190. – EDN XJXR TM.

© Семёнов Е.А. Кочеткова Е.С., Пулькинова Т.В., 2022



УДК 336.717

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Семёнов Е.А., Кочеткова Е.С., Пульникова Т.В.

Научный руководитель Трясцина Н.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российский государственный аграрный университет
– МСХА имени К.А. Тимирязева», Москва*

В условиях рыночной экономики компании могут добиться успеха в конкурентной борьбе, повышая эффективность своей деятельности.

Надлежащее и корректное управление организацией необходимо для обеспечения эффективной работы предприятия. Наиболее важным элементом управления предприятием является анализ хозяйственной деятельности организации. При помощи анализа хозяйственной деятельности организации изучаются общие тенденции развития предприятия, выявляются причины изменения результатов финансово-хозяйственной и иной деятельности, разрабатываются и утверждаются планы развития предприятия, принимаются управленческие решения, кроме того, происходит контроль выполнения утвержденных планов и решений, проверка резервов для улучшения эффективности производства, оценка показателей деятельности предприятия, разработка экономических стратегий развития.

Как упоминалось ранее, анализ хозяйственной деятельности предприятия является основой для принятия экономических управленческих решений. Чтобы обосновать управленческое решение, необходимо выявить проблемы, оценить производственные и финансовые риски, определить возможные последствия принятого решения.

Основными целями анализа хозяйственной деятельности компании являются следующие:

изучение влияния внутренних и внешних факторов на результаты предпринимательской деятельности;

контроль за выполнением утвержденных планов и управленческих решений;

выявление закономерности и тенденции экономических явлений и процессов в определенных условиях деятельности компании;

поиск резервов для повышения эффективности работы компании;

легитимность, утверждение текущих и будущих планов развития предприятия;

подготовка рекомендаций по использованию выявленных резервов;

контроль за экономичным использованием средств производства;



оценка результатов деятельности компании.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия позволяет оценить эффективность предприятия, то есть степень функциональной эффективности конкретного предприятия.

Наиболее распространенными показателями эффективности являются прибыльность и доходность. Есть показатели, которые характеризуют эффективность отдельных аспектов функционирования организации.

Эти показатели включают в себя:

эффективность использования средств производства, имеющихся в распоряжении предприятий;

основные производственные фонды;

трудовые ресурсы (такие показатели как рентабельность труда и эффективность труда);

материальные ресурсы (такие показатели как материалоотдача, материалоёмкость, прибыль в расчете на один рубль материальных затрат);

эффективность инвестиционной деятельности предприятия (такие показатели как период окупаемости, прибыль на вложенный рубль);

эффективность использования активов предприятия (такие показатели как оборачиваемость оборотных средств, прибыль на рубль активов, включая оборотные и основные средства и т.д.);

эффективность использования капитала (такие показатели как прибыль на акцию, дивиденды на акцию и т.д.).

В качестве обобщенного показателя эффективности финансово-хозяйственной деятельности компании используется уровень рентабельности как отношение чистой прибыли к сумме текущих основных и производственных фондов. Этот показатель объединяет в себе несколько показателей личной эффективности. Поэтому изменение уровня рентабельности отражает динамику эффективности всех сторон деятельности организации.

Уровень рентабельности можно считать обобщающим показателем эффективности организации. Рентабельность – это показатель прибыльности, экономической эффективности компании. Рентабельность – это относительный показатель, значительно меньший, чем абсолютный показатель прибыли, и более точно показывающий эффективность организационной деятельности, так как на нее влияют инфляционные процессы. Рентабельность означает прибыль, которую компания получает с каждого рубля средств, вложенных в формирование активов.

Список использованных источников:

1. Глазунова Вильгельмина Витальевна Методы современного экономического анализа хозяйственной деятельности российских предприятий // Вестник ГУУ. 2014. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-sovremennogo-ekonomicheskogo->



analiza-hozyaystvennoy-deyatelnosti-rossiyskih-predpriyatiy (дата обращения: 09.04.2022).

2. Водянова В.В. Экономическая безопасность. Системное представление: монография / В.В. Водянова. - М.: ГУУ, 2010. - 176 с.

3. Сидоренко О.В. Методические направления комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности предприятий // Экономический анализ: теория и практика. 2004. №17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-napravleniya-kompleksnogo-ekonomicheskogo-analiza-hozyaystvennoy-deyatelnosti-predpriyatiy> (дата обращения: 09.04.2022).

4. Трясцина, Н. Ю. Экономический анализ: Учебно-методическое пособие дисциплины. Для подготовки бакалавров Направление: 38.03.01 "Экономика" по профилю "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / Н. Ю. Трясцина. – Москва: Учебно-методический центр "Триада", 2018. – 68 с. – EDN UOFVDD.

4. Хоружий, Л.И., Трясцина, Н.Ю. Информационно-аналитическое обеспечение инвестиционной безопасности / Л.И. Хоружий Л.И., Н.Ю. Трясцина // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2019. – №6. – С. 72 – 83.

5. Хоружий Л.И., Трясцина Н.Ю., Рассказова Е.Д. Анализ рисков информационной безопасности организаций АПК // Бухучет в сельском хозяйстве. 2021. № 5. С. 60-70.

© Семёнов Е.А. Кочеткова Е.С., Пульникова Т.В., 2022

УДК 336.74

ЗАДАЧИ И ПЕРВИЧНЫЙ УЧЕТ ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Семёнов Е.А., Кочеткова Е.С., Пульникова Т.В.

Научный руководитель Трясцина Н.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российский государственный аграрный университет
– МСХА имени К.А. Тимирязева», Москва*

Ключевая цель учета денежных средств заключается в контроле поступлений и расходования денежных средств в части их рационального использования. Исходя из цели учета движения денежных средств, возможно выделить главные задачи такого учета, к которым относят:

контроль корректности и своевременности документального оформления операции, а также верное отражение операции на счетах и регистрах бухгалтерского учета и отчетности, целесообразность и обоснованность операций с безналичными и наличными денежными средствами;



обеспечение достоверности, своевременности и полноты расчетов по всем видам поступлений и платежей, а также полное отражение операций, связанных с денежными средствами;

периодическое исполнение инвентаризации денежных средств в кассе и на расчетных счетах, обеспечение сохранности документов и денежных средств в кассе;

определение потенциалов более рационального вложения и использования свободных денежных средств;

обеспечение условий для учета денежных средств;

проведение платежей с поставщиками, подрядчиками, персоналом;

обеспечение сохранности денежных средств и документов;

осуществление платежей по финансовым обязательствам перед кредиторами и инвесторами.

В бухгалтерском учете любая хозяйственная операция оформляется первичным документом.

Оформление хозяйственных операций, подтвержденное документами, позволяет бухгалтерской службе вести предварительный, текущий и последующий контроль за деятельностью материально ответственных лиц, процессом движения имущества [1].

Первичные документы, на основании которых фиксируются в бухгалтерском учете операции с денежными средствами в организациях, оформляются на бланках унифицированной формы.

Используются следующие первичные учетные документы [5]:

приходный кассовый ордер – первичный документ, на основании которого осуществляется приём наличных денежных средств в кассу предприятия [2];

расходный кассовый ордер – первичный документ, фиксирующий выплаты, выполненные из кассы организации [3];

кассовая книга – учётный регистр, в котором отражаются в хронологическом порядке все произведенные кассовые операции, подтвержденные первичными документами [4];

платежное поручение;

выписка банка;

товарная накладная;

бухгалтерская справка;

журнал регистрации приходных и расходных кассовых документов.

Документооборот по операциям, связанным с движением денежных средств в организациях представлен на рис. 1.



Рисунок 1 – Документальное оформление операций по учету движения денежных средств в организации

В табл. 1 представлены первичные документы учета движения денежных средств в любой организации, а также их краткое описание

Таблица 1 – Первичные документы учета движения денежных средств в любой организации

Наименование документа	Унифицированная форма
Приходный кассовый ордер	N КО-1
Расходный кассовый ордер	N КО-2
Кассовая книга	N КО-4
Платежное поручение	0401060
Выписка банка	-

ПКО – первичный документ, на основании которого осуществляется приём наличных денежных средств в кассу предприятия [6]. Состоит настоящий ордер из двух частей: непосредственно ПКО и квитанция к нему. Квитанция является отрывной частью и служит оправдательным документом лицу, которое внесло наличные средства в кассу.

ПКО и квитанцию подписывает главный бухгалтер или иное уполномоченное лицо ООО «КПО Егорьевск», а также кассир и документ необходимо заверить печатью организации [6].

Расходный кассовый ордер – первичный документ, фиксирующий выплаты, выполненные из кассы организации. Используется при передаче кассовой наличности на расчетный счет в банке, выплате заработной платы, выдаче денег под отчет, возмещениях сотрудникам перерасходов по авансовым отчетам, выплатам на командировочные расходы и т.д.

РКО формируется в одном экземпляре и подписывается: руководителем организации, кассиром, главным бухгалтером или бухгалтером [7].

Кассовая книга – учётный регистр, в котором отражаются в хронологическом порядке все произведенные кассовые операции, подтвержденные первичными документами.

Кассовая книга ведется ежедневно. В конце рабочего дня кассир подсчитывает итоги кассовых операций за прошедший день и выводит остаток денежных средств на следующее число, разрезает по линии отреза вторые экземпляры и прикрепляет к ним первичные документы (ПКО и



РКО, доверенности и т.д.) и сдает для проверки в бухгалтерию. Записи в кассовой книге заверяются подписью бухгалтера на первом экземпляре [6].

Платежное поручение – это один из расчетных (платежных) документов, предъявляемых организацией в банк для перечисления денежных средств с банковского счета плательщика получателю средств, указанному в платежном поручении.

Бумажное платежное поручение действительно в течение 10 дней с момента выписки. Составляется оно на бланке установленной формы в 2-х экземплярах [6].

Финансовый документ, выдающийся клиенту и отражающий движение денежных средств на расчетном счету.

Таким образом, документы, служащие основанием операций с денежными средствами в организациях, оформляются на бланках унифицированной формы и оформляются в соответствии с законодательством РФ, а также подтверждены руководителем компании.

Список использованных источников:

1. Борисов А. Первичные документы: оформление, использование, хранение, выбытие / А. - М.: Юстицинформ, 2016 - 336 с

2. Приходный кассовый ордер / КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32449/b85f2fa3087459e96cf381be1cf6d16b83f27a6/#dst101878 (дата обращения: 19.04.2022).

3. Расходный кассовый ордер / КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32449/4c027573cb50a725fb411586c15aa2af59ce525d/#dst101894 (дата обращения: 19.04.2022).

4. Кассовая книга / КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32449/ca85fcdeeca36c22e340207d4a8e55fe9ce62dd9/#dst101918 (дата обращения: 19.04.2022).

5. Курилова, И. Р. Анализ движения денежных средств предприятия / И. Р. Курилова // Научные исследования в аграрном секторе экономики: вопросы и достижения: По материалам всероссийской молодежной научной конференции, Орел, 30 мая 2019 года. – Орел: Орловский государственный аграрный университет имени Н.В. Парахина, 2019. – С. 167-173. – EDN НКQSXT.

6. Еремина Наталья Владимировна, Левченко Елена Викторовна, Ципляева Софья Андреевна ПЕРВИЧНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ПО УЧЕТУ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ В ОРГАНИЗАЦИИ // EESJ. 2016. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pervichnye-dokumenty-po-uchetu-denezhnyh-sredstv-v-organizatsii> (дата обращения: 10.05.2022).



7. Расходный кассовый ордер / Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B0%D1%81%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9_%D0%BE%D1%80%D0%B4%D0%B5%D1%80 (дата обращения: 10.05.2021).

© Семёнов Е.А., Кочеткова Е.С., Пульникова Т.В., 2022

УДК 330.322

РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНДИКАТОРОВ В ИНВЕСТИЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК

Семёнов Е.А., Кочеткова Е.С., Пульникова Т.В.

Научный руководитель Трясцина Н.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российский государственный аграрный университет
– МСХА имени К.А. Тимирязева», Москва*

Время – это один из важнейших ресурсов в современной экономической системе, а агропромышленный бизнес – это бизнес долгосрочного (в редких случаях среднесрочного) инвестирования, как с точки зрения инвестора, так и с точки зрения предприятия. Это объясняется тем, что скот, растение или его плоды, перед эксплуатацией должны вырасти. Несмотря на достижения ученых в области селекции и других биологических науках, возвращение сельскохозяйственной продукции всё ещё занимает достаточно продолжительное время. В сравнении, например, с бизнесом в сфере производства товаров или оказания услуг, конечный продукт финансовых вложений и соответственно, выручка от его реализации в сельскохозяйственных предприятиях занимают в несколько раз больше времени. К тому же большое количество организаций, производящих агропромышленную продукцию, имеют сезонный характер работы, а значит также достаточно долговременное производство. Исходя из вышеуказанных особенностей возникает вопрос: «Как же грамотно оценить инвестиционную привлекательность той или иной компании сельскохозяйственного сектора, если с точки зрения временных затрат, их нельзя оценивать по устоявшимся на фондовом рынке нормам показателей экономической деятельности?». Главным инструментом в оценке таких компаний являются экономические индикаторы или по-другому рыночные мультипликаторы. Рассмотрим наиболее популярные и прикладные из них и обозначим диапазоны их приемлемых показателей, применительно к агропромышленным предприятиям ниже.



Мультипликаторы в анализе фондового рынка являются индикаторами ожиданий инвесторов [1]. Они вычисляются как отношение рыночных цен и фактических показателей бухгалтерского баланса. Эти мультипликаторы относятся к сравнительному подходу оценки стоимости бизнеса [2].

Рассмотрим один из наиболее популярных мультипликаторов – мультипликатор P/E. Он показывает, рыночное отношение стоимости ценной бумаги к годовой прибыли, полученной на неё. Другими словами, он показывает срок окупаемости инвестиций. Например, $P/E = 10$, значит при прочих равных условиях ценная бумага окупится через 10 лет. На российском рынке в среднем данный показатель находится в диапазоне 6-9. Касаемо агропромышленных предприятий в среднем P/E варьируется от 8-11, что обусловлено особенностями сельскохозяйственного бизнеса. У частного инвестора вполне вероятно, возникнут сомнения касательно инвестирования в такой бизнес, однако нужно понимать, что рекордные дивиденды по российским бумагам и ситуация на зарубежных биржах, где P/E гораздо выше в 2-3 раза, говорят о том, что агропромышленный бизнес в России остается одной из наиболее рациональных отраслей для инвестирования.

Рассмотрим также коэффициент EV/EBITDA. Он относится к группе доходных мультипликаторов и показывает, за какой период времени неизрасходованная на амортизацию и уплату процентов и налогов прибыль компании окупит стоимость приобретения компании. Он дает возможность не только сравнить компанию с другими предприятиями из сельскохозяйственной отрасли, но и понять переоценку.

Чистая прибыль, которая используется в знаменателе для расчета P/E, принадлежит исключительно акционерам. EBITDA же отражает способность компании зарабатывать деньги и для акционеров, и для кредиторов. В числителе к капитализации прибавляется долгосрочный долг и вычитаются наличные средства – так получается справедливая стоимость компании, то есть стоимость бизнеса с учетом долговых обязательств.

$P/BV = \text{Капитализация} / \text{Собственный капитал}$. Пожалуй, самый простой показатель. Он соотносит рыночную стоимость компании с размером собственного капитала, зафиксированного в последней финансовой отчетности. Можно сказать, что P/BV показывает, сколько стоит на рынке одна валютная единица акционерной (балансовой) стоимости компании.

Предполагается, что чем меньше P/BV, тем больший потенциал роста имеют акции. Но у этого мультипликатора есть один большой недостаток – он не учитывает будущих доходов компании. К примеру, убыточная компания может показаться более выгодной для вложения по сравнению с высоко-прибыльной корпорацией с таким же уровнем P/BV, что часто



может сбивать с толку инвестора при оценке целесообразности инвестирования в сельскохозяйственные предприятия. Для определения эффективности финансовой деятельности организации, ведущей свою деятельность в аграрном секторе, не стоит использовать этот мультипликатор.

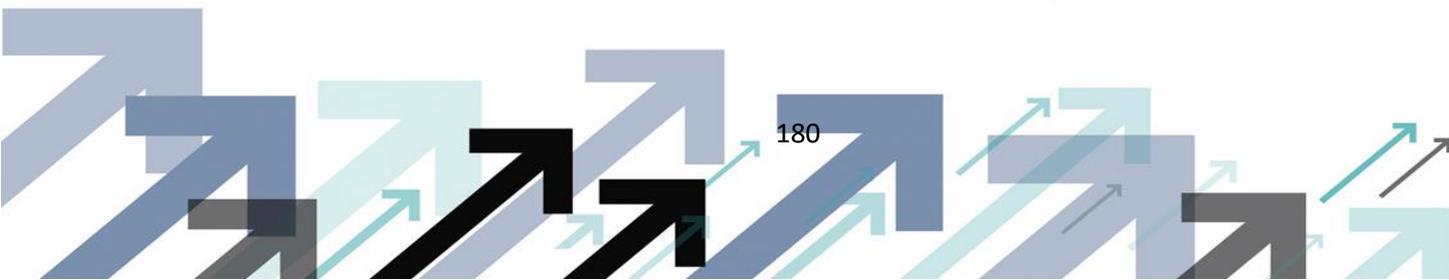
Также P/BV не может полноценно рассказать инвестору о компаниях, где человеческий капитал важнее стоимости оборудования и зданий, например о разработчиках компьютерных игр или программного обеспечения для бизнеса.

Универсального мультипликатора, который выявил бы идеальный объект для инвестиций, не существует. Даже компании из сельскохозяйственной отрасли приходится сравнивать сразу по нескольким направлениям: разные коэффициенты описывают разные особенности работы компании – долг, доходность проектов, эффективность затрат, сроки окупаемости инвестиций и др. [4]. Запросто может оказаться, что компания, прогрессивная по одному коэффициенту, будет пугать инвестора и аналитика по нескольким другим. Важно отметить, что мультипликаторы применительно к сельскохозяйственным предприятиям нужно подбирать с умом, так как инвестор или сама компания при оценке своего финансового состояния могут с легкостью запутаться и отразить степень эффективности используемых средств неверно.

Список использованных источников:

1. Теплова Т.В. Инвестиции: учебник. М.: ЮРАЙТ. 2011.
2. Русяев Я.В. Практика использования сравнительного и доходного подходов к фундаментальному анализу в прогнозировании рынка ценных бумаг // Финансы и кредит. 2013. № 4.
3. Партин Илья Маркович Зависимость оценки стоимости компании в сделке m&a от типа компании-покупателя // Корпоративные финансы. 2012. №2.
4. Трясцина, Н. Ю. Методы управления инвестиционными рисками / Н. Ю. Трясцина, А. А. Сорокин // Приоритетные векторы развития промышленности и сельского хозяйства: материалы III Международной научно-практической конференции, Макеевка, 09 апреля 2020 года. – Макеевка: Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донбасская аграрная академия», 2020. – С. 202-205. – EDN RHHZS.
5. Гуляева, Т.И. Практикум по анализу финансовой отчетности предприятий АПК/ Т.И. Гуляева, О.В. Сидоренко, Н.Ю. Трясцина – Орел: Издательство ОрелГАУ, 2011. – 218с.

© Семёнов Е.А. Кочеткова Е.С., Пулькинова Т.В., 2022





УДК 164:658.7

СРАВНЕНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКИ ОТДЕЛЬНЫХ РЫНКОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Семикина С.Д., Политова Р.В.

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

Благодаря системе логистических закупок торговые и производственные предприятия обеспечиваются материалами, товарами и сырьём. Каждый рынок Российской Федерации характеризуется логистикой закупок при общих целях, путях их достижения и функциях. На конкретном отраслевом рынке применяются разные логистические закупочные методы.

Сравнивая закупочную логистику, мы выберем три рынка совершенной конкуренции и получим более глубокие знания и сопоставимые данные. Для доказательства целесообразности сравнения фармацевтической, мебельной и автомобильной отраслей экономики произведем расчёт индекса Херфиндаля-Хиршмана. Данный показатель демонстрирует зависимость меры рыночной концентрации от числа представленных на нём конкурентов. Для его расчета используем формулу: $НИ = (S_1)^2 + (S_2)^2 + (S_3)^2 + \dots + (S_n)^2$, где НИ – величина индекса Херфиндаля-Хиршмана, S_i^2 – возведенная в квадрат процентная доля товаров и услуг фирмы в определённой отрасли экономики [1].

Диапазон величины индекса – от 1 до 10000, где 10000 свидетельствует о полной монополизации рыночного сектора экономики.

Проведём расчёт показателей фармацевтического рынка в январе 2022 года. Всего в рассматриваемом секторе экономики представлено 828 производителей лекарственных препаратов. Среди них выделены следующие лидеры и соответствующие им доли рынка: Отисифарм (5,3%), Bayer (4,2%), Novartis (3,4%), Stada (3,3%), Sanofi (3,1%), GlaxoSmithKline (3,0%), Teva (2,9%), Abbott (2,8%), A. Menarini (2,8%), Servier (2,6%). Сумма долей топ-10 производителей медикаментов равна 33,6% [2]. Доля прочих предприятий-производителей лекарственных средств составляет 66,4% (100 минус 33,6). Следовательно, средний показатель прочих 818 фирм равен 0,08% ($\frac{66,4\%}{818}$). Далее по формуле, представленной выше, проведём расчёт индекса Херфиндаля-Хиршмана:

$$5,32 + 4,22 + 3,42 + 3,32 + 3,12 + 3,02 + 2,92 + 2,82 + 2,82 + 2,62 + 0,82 \times 818 = 28,09 + 17,64 + 11,56 + 10,89 + 9,61 + 9,0 + 8,41 + 7,84 + 7,84 + 6,76 + 5,24 = 94,79 \text{ ед.}$$

Значение найденного показателя меньше 1000, что свидетельствует о совершенной конкуренции предприятий на фармацевтическом рынке.



В настоящее время на территории РФ действуют 41,9 тысяч производителей мебели. В обзоре на лучшие мебельные фабрики, представленном в журнале «Телевизор», на январь 2022 года определена десятка фаворитов, в сумме владеющая 32,7% исследуемой сектора экономики: ООО «Мебель стиль» (6,6%), ООО «Аскона-Век» (5,3%), ООО «Мебельная фабрика Мария» (4,5%), ООО «Король диванов» (2,9%), АО «ОЗ «Микрон» (2,5%), ООО «ДОК-15» (2,5%), АО МК «Шатура» (2,3%), ООО «Икеа индастри Тихвин» (2,2%), ООО «МЦ5 Групп» (2,1%), ООО «Живые диваны» (1,8%) [3]. 30 крупнейших мебельных предприятий России обеспечивают 54% отечественного производства. Проведём следующие расчёты:

1. $\frac{54,0\% - 32,7\%}{20} = 1,065\%$ – средняя рыночная доля прочих двадцати крупных производителей мебели;

2. $\frac{100\% - 54\%}{41900} = 0,001\%$ – средняя рыночная доля прочих российских мебельных фирм.

3. $HNI = 6,6^2 + 5,3^2 + 4,5^2 + 2,9^2 + 2,5^2 + 2,5^2 + 2,3^2 + 2,2^2 + 2,1^2 + 1,8^2 + 1,065^2 \times 20 + 0,001^2 \times 41900 = 43,56 + 28,09 + 20,25 + 8,41 + 6,25 + 6,25 + 5,29 + 4,84 + 4,41 + 3,24 + 22,68 + 0,04 = 153,31 \text{ед.}$

Так, видим, что значение показателя меньше 1000, что свидетельствует о совершенной конкуренции в рассмотренном секторе экономики.

Последним определим значение индекса Херфиндаля-Хиршмана на автомобильном рынке. Десять крупнейших автозаводов в России на январь 2022 по версии автомобильного портала «auto VERcity»: Toyota (9,96%), Volkswagen (6,42%), Honda (5,56%), Ford (4,46%), Nissan (4,32%), Hyundai (4,03%), Kia (3,66%), Suzuki (3,62%), Chevrolet (2,98%), Mercedes-Benz (2,89%) [4]. Доля прочих предприятий-производителей автомобильных марок в РФ составляет 52,11% (47,89 минус 100). В категории «прочие» эксперты выделяют 31-го производителя. Так, средний показатель прочих фирм равен 1,68% ($\frac{52,11\%}{31}$). Рассчитаем индекса Херфиндаля-Хиршмана для автомобильного рынка России:

$9,96^2 + 6,42^2 + 5,56^2 + 4,46^2 + 4,32^2 + 4,03^2 + 3,66^2 + 3,62^2 + 2,98^2 + 2,89^2 + 1,68^2 \times 31 = 99,16 + 41,23 + 30,90 + 19,88 + 16,27 + 18,65 + 13,12 + 13,37 + 8,33 + 8,89 + 87,50 = 357,30 \text{ ед.}$

Значение найденного показателя меньше 1000, что свидетельствует о совершенной конкуренции предприятий на авторынке.

Итак, три выбранных для исследования отечественных рынка характеризуются совершенной конкуренцией, что позволяет провести конструктивный сравнительный анализ.



Проведём анализ трёх российских рынков – фармацевтического, мебельного и автомобильного – по восьми закупочным критериям: количество участников, преобладающая система закупок, источники информации о поставщике, выбор поставщика, лицензирование деятельности, преобладающий способ управления логистикой, популярные способы транспортировки, характеристика процедуры контроля качества готовой продукции [5].

Фармацевтический рынок России состоит из пяти участников: российских производителей, импортеров (в основном Германия и Франция), дистрибьюторов, аптек, покупателей. Мебельная отрасль России включает в себя четыре участника: производителей, коммерческие фирмы, агентов и брокеров, покупателей. На автомобильном рынке также выделяют четырёх участников: производители, автомобильные дилеры, государство, в лице Правительства, покупатели (домашние хозяйства, коммерческие и государственные организации).

На фармрынке преобладает логистическая система организации закупок, а точнее «бережливая логистика» (Lean-логистика). Это связано с тем, что для повышения собственной конкурентоспособности, предприятие может развиваться только в направлении логистики, т.к. качество и ассортимент товаров стандартизированы. Сотрудники отделов снабжения выигрывают в конкурентной борьбе за счёт своевременности ремонта оборудования, качественной подготовки персонала, минимизации ресурсов. Редко используется концепция «точно в срок» (Just In Time, JIT). Она применяется в отношении скоропортящихся медикаментов и требует соблюдения множества условий хранения и транспортировки. На мебельном рынке применяются оба способа организации закупочной деятельности. Традиционный подход используют крупные предприятия, выпускающие серийную продукцию массового производства. Небольшие предприятия, работающие под заказ и предлагающие специфические решения, предпочитают логистическую систему JIT. Наиболее подходящим способом организации закупочной деятельности на авторынке является логистическая система JIT.

При выборе поставщика на фармрынке предприятия обращаются к медиа и самим снабженцам. В процессе поиска посредника мебельщики обращаются к государственным ведомствам с открытой для ознакомления информацией, официальным сайтам снабженцев и их аккаунтам в социальных сетях, отзывам в Интернете, каталогам, профильным журналам, а также посещают ярмарки, выставки и конкурсы. На авторынке поиск ведётся по нескольким направлениям: конкуренты, рекомендации знакомых, официальные сайты, торговые представители, специальные платформы.



Наиболее важными критериями при отборе посредника на фармрынке являются: широта ассортимента, ценовая политика, кратность и минимальная сумма поставки, способ и организация расчётов, возможность отсрочки, процесс товародвижения. При отборе поставщиков на мебельном рынке в первую очередь внимание уделяется следующим характеристикам: качество продукции, надёжность, цена, качество обслуживания, условия платежа, упаковка, перспективы роста поставщика. В связи с пандемией COVID-19 критерии выбора снабженца на авторынке изменились в сравнении с предыдущими годами. В настоящее время особое внимание уделяется: наличию сайта поставщика, отзывам в Интернете, наличию открытых цены, возможности организации максимально быстрой доставки, наличию электронного документооборота, удобству сотрудничества и использованию онлайн-сервисов, быстрому онлайн-доступу к актуальному ассортименту и ценам поставщика, подробной информации о товарах и аналогах, в том числе фото и отзывы [7].

Производители и дистрибьюторы, принимающие участие в логистической цепочке фармацевтической промышленности, должны иметь лицензию и разрешение на право ведения деятельности по обороту медикаментов. В свою очередь, мебельная и автомобильная отрасли России не требуют ни от одного своего участника лицензий и разрешений на ведение деятельности. На авторынке достаточно подтвердить, что изготовленная продукция имела «одобрение транспортного средства».

На всех рынках управление закупками осуществляется как централизованным, так и децентрализованным способом.

При транспортировке медикаментов дистрибьюторы в основном используют автоперевозки, чаще всего – машины, укомплектованные рефрижераторным оборудованием. При доставке скоропортящихся фармацевтических средств применяются авиаперевозки, однако не все компании готовы брать такую продукцию. На мебельном рынке в качестве транспорта распространено использование фургонов: закрытых цельнометаллических с распашными задними воротами или с тентовым покрытием и жёсткой конструкцией каркаса. Одна из особенностей таких фургонов – наличие погрузочно-разгрузочных устройств, позволяющих исключить физический труд. Выделяют два способа приобретения готовой продукции автолюбителем: за границей (в настоящее время ограничен) и в России. В первом случае автомобили чаще всего доставляются морским путем. Во втором случае доставка осуществляется следующими видами транспорта: по железной дороге, самолётами, машинами для перевозки легковых автомобилей и другой автомобильной техники (закрытый или открытый).



Приказ о приёмочном контроле лекарств способствует обеспечению безопасности здоровья граждан. Выделяют три стадии контроля при приёмке лекарственных препаратов [8]:

- изучение сопроводительной документации, деклараций;
- исследование внешнего вида, запаха, цвета каждого медикамента;
- проверка целостности упаковки и нанесенной на неё маркировки.

Приёмочный контроль качества мебели может быть разрушающим и неразрушающим. Оцениваются качественные и количественные характеристики основных свойств в соответствии с назначением и нормативной документацией. Как и при оценке качества медикаментов, особое внимание уделяется маркировке, наличию национальных знаков соответствия. При построении логистики закупок с участием автотранспорта контролю его качества также уделяется большое внимание. Применяются разрушающий и неразрушающий виды проведения контроля. Особенностью методов испытаний транспортных средств является проявление внимания осмотру салона, подкапотных элементов, ходовой части авто, а также проведение тест-драйва.

Таким образом, исследование трех российских рынков – фармацевтического, мебельного и автомобильного – было проведено по восьми закупочным критериям: количество участников, преобладающая система закупок, источники информации о поставщике, выбор поставщика, лицензирование деятельности, преобладающий способ управления логистикой, популярные способы транспортировки, характеристика процедуры контроля качества готовой продукции. Выявлено:

1. Количество участников в логистике закупок примерно одинаковое (от четырёх до пяти).
2. Из рассмотренных рынков традиционная организация закупочной логистики характерна только для мебельного рынка, в то время как логистическая система «точно в срок» развивается во всех исследованных отраслях российского рынка.
3. Основным источником информации о поставщиках являются медиа, сами снабжены и рекомендации знакомых, мебельный и автомобильный рынки также отличаются наличием специальных цифровых платформ.
4. На данный момент времени критерии выбора поставщика в трёх отраслях деятельности различны, общими являются: ценовая политика, качество продукции и обслуживания.
5. Только фармацевтическая отрасль российской экономики относится к категории лицензируемых.
6. На всех рассмотренных рынках применяются централизованный и децентрализованный способы управления логистикой.



7. Автомобильные грузоперевозки применяются в каждом рассмотренном виде экономической деятельности, наибольшее количество способов транспортировки – на авторынке.

8. Процедура контроля качества в основном проводится визуальным способом, на мебельном и автомобильном рынках может применяться разрабатываемый способ.

Список использованных источников:

1. Индекс Херфиндаля-Хиршмана, статья Л.Ю. Ананьевой, 24.08.2020. [Электронный ресурс]. – URL: https://spravochnick.ru/marketing/indeks_herfindalya_-_hirshmana/ (дата обращения 20.04.2022)

2. Данные розничного аудита DSM Group, Фармацевтический рынок России, январь 2022. [Электронный ресурс]. – URL: <https://dsm.ru/upload/iblock/a6e/327cadta2g25r6iwianqnhtfk8tq5052.pdf?ysclid=l2kx26issm> (дата обращения 15.04.2022)

3. Рейтинг производителей мебели в России – лучшие фабрики 2021, топ и обзор, Телевизор, 2022. [Электронный ресурс]. – URL: <https://televizori.ru/top-i-obzor/proizvoditeli-myagkoj-mebeli-v-rossii.html>

4. ТОП-100 производства автомобильных марок в 2022 году, auto VERcity, январь 2022. [Электронный ресурс]. – URL: <https://auto.vercity.ru/statistics/production/marks/2022> (дата обращения 15.04.2022)

5. Как выстроить закупочную логистику, уроки бизнеса на Сбербизнес. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/kak-pravilno-vystroit-process-zakupochnoj-logistiki/ (дата обращения 20.04.2022)

6. Порядок закупки лекарственных средств в 2021 году, Журнал «Здравоохранение», ООО МЦФЭР, выпуск 14.06.2021. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.zdrav.ru/articles/4293660899-19-m08-05-zakupka-lekarstvennyh-sredstv> (дата обращения 22.04.2022)

7. Оптовые поставщики автозапчастей: 16 главных критериев выбора в 2020 году, статья на abcpr, 09.10.2020. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.abcpr.ru/blog/optovyye-postavschiki-avtozapchastey-16-glavnyih-kriteriev-vyibora> (дата обращения 22.04.2022)

8. Приёмочный контроль в аптеке: проверка качества товаров аптечного ассортимента – порядок, правила и алгоритм проведения приёмки лекарственных препаратов, статья Бобкова Олега, 15.06.2020. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.cleverence.ru/articles/auto-business/priemochnyy-kontrol-v-apteke-proverka-kachestva-tovarov-aptechnogo-assortimenta-poryadok/> (дата обращения 22.04.2022)

© Семикина С.Д., Политова Р.В., 2022



УДК 336.748.12

РОССИЙСКАЯ ИНФЛЯЦИЯ СОВРЕМЕННОСТИ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ С НЕЙ

Соболева Е.А., Серова Т.А., Джой Е.С.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург

В нынешних экономических обстоятельствах колоссальное продвижение приобрело подобное явление как инфляция. Аналогично безработице инфляция представляет собой неравновесие в экономике.

Инфляция – это процесс всеобщего повышения цен, который обусловлен обесцениванием денежной единицы, что само по себе подразумевает снижение покупательной способности денег.

Таким образом, инфляция является многоплановым феноменом, поглощающим в себя промышленный, экономический и воспроизводственный аспекты [1].

Современной инфляции действительно присущ ряд характерных отличительных черт: если раньше инфляция носила местный вид, то в настоящее время – всеобщий, тотальный и если ранее она занимала больший и меньший промежуток, т.е. обладала периодический вид, то сейчас – хронический и стала непрерывным условием воспроизводственного процесса.

Проблемы, создаваемые инфляцией, почти полностью связаны с неопределённостью. Они возникают не по тому, что важность денег падает, а из-за того, что важность денег непредсказуема. Если скорость инфляции предсказуема, то это обессиливает ее последствия [2].

В нынешних реалиях, и в особенности в 2022 г., в России инфляция стремительно возросла из-за политического положения в мире и ведения санкций против страны (рис. 1)

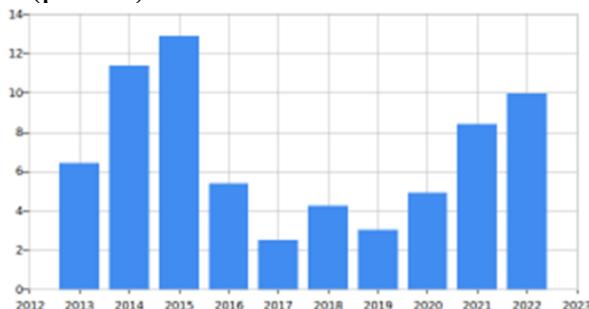


Рисунок 1 – Уровень инфляции по годам за последние 10 лет в России

По словам Алексея Кудрина, на выступлении в Совете Федерации, инфляция по итогам 2022 года в России может составить от 17 до 20%. Поэтому в начале марта были опрошены аналитики ЦБ, которые спрогнозировали инфляцию в России по итогам 2022 года на уровне 20%, а



в 2023 году – 8%, в 2024 году – 4,8%. ВВП России, согласно прогнозу опрошенных регулятором аналитиков, снизится в текущем году на 8%, рост экономики в 2023 году составит 1%.

Согласно сообщениям Росстата, ежемесячная инфляция в марте составила 7,6%. В годичном формулировании, т.е. в сопоставлении с мартом 2021 года, цены выросли на 16,7%. Последний раз инфляция больше этого уровня закреплялась в марте 2015 г. Таким образом, инфляция добилась практически вершины, что уже может, серьезно оказать влияние на целую экономику в целом.

К примеру, 1 января 2021 г. эта ставка составляла 4,25%. Предположим, гражданин в течение года получал прибыль с вклада, скажем, в размере 10%. Отличие между ставкой ЦБ и процентом, согласно его депозиту, составит 5,75%. Также с полученного им купона от суммы, равносильной этим 5,75% ему потребуются оплатить подоходный налог – те самые 13% НДФЛ [3].

Так, жителям в 2022 г. потребуются оплачивать четыре новых сбора из-за перемен в Налоговом кодексе. Перемены случились в методике расчета налога на вложения в рублях. В текущем году потребуются оплачивать 13% налога на доходы физических лиц процентов согласно вкладам, превышающим ставку ЦБ на начало года.

На доходы по вкладам в иностранной валюте также потребуются оплатить 13% НДФЛ согласно вышеприведенной схеме. С целью расчета окончательной суммы налогового платежа в бюджет валютный доход потребуются преобразовать в отечественные рубли по курсу Центробанка на момент выплаты процентов [4].

Чтобы избежать краха всей экономики государства, существует ряд осуществляемых мер по противодействию ей. Так вышел Указ Президента РФ от 01.03.2022 N 81 (с изм. от 31.03.2022) «О дополнительных временных мерах экономического характера по обеспечению финансовой стабильности Российской Федерации».

Со 2 марта 2022 г. установлен особый порядок осуществления (исполнения) резидентами следующих сделок (операций) с иностранными лицами, связанными с иностранными государствами, которые совершают в отношении российских юридических лиц и физических лиц недружественные действия:

сделки (операции) по предоставлению лицам иностранных государств, совершающих недружественные действия, кредитов и займов (в рублях), за исключением случаев, если предоставление кредитов и займов запрещено в соответствии с нормативными правовыми актами Российской Федерации;

сделки (операции), влекущие за собой возникновение права собственности на ценные бумаги и недвижимое имущество,



осуществляемые (исполняемые) с лицами иностранных государств, совершающих недружественные действия;

сделки (операции), влекущие за собой возникновение права собственности на ценные бумаги, могут осуществляться на организованных торгах на основании разрешений, выдаваемых Центральным банком Российской Федерации по согласованию с Министерством финансов Российской Федерации и содержащих условия осуществления (исполнения) таких сделок (операций).

Кредитные организации вправе реализовывать переводы денежных средств в зарубежной валюте на журналистские счета в банках-нерезидентах с учетом ограничений, предусмотренных реальным Указом. Кроме того с 2 март 2022 г. запрещен экспорт из Российской Федерации наличной иностранной валюты и (либо) валютных инструментов в иностранной валюте в сумме, превышающей эквивалент 10 тыс. долларов США и вычисленной согласно официальному курсу Основного банк Российской Федерации, установленному на дату вывоза [5].

Кроме перечисленных способов, дополнительные меры, содействующие уменьшению инфляции, подразумевают формирование новых экономических ориентиров для бизнеса и населения, к примеру, финансирование компаний. Минимизирование потоков денежных средств из-за границы и увеличение направления государственной валюты согласно взаимоотношению к валютам иных государств. В 2022 году в условиях военного положения на Украине большая часть государств, которые ввели санкции в ее помощь, приобретают газ непосредственно у России. В ответ на санкции Российская Федерация установила требование о выплате за собственные ресурсы рублями, что даст возможность закрепить рубль.

Достаточно немаловажно то, что инфляция может воздействовать на такой фактор как безработица. Они непосредственно объединены между собой. С конца февраля 2022 года об уходе из России или приостановке собственной работы в государстве заявили более 400 иностранных фирм. Среди них крупнейшие сети общепита (McDonald's), торговые сети Zara, H&M, OBI, IKEA и др. Согласно анализам Forbes, данные фирмы гарантировали работой более 200 тыс. человек в стране. С учетом компаний-поставщиков и партнёров (к примеру, изготовители продуктов для ресторанов McDonald's, изготовители мебели для IKEA), которые ранее лишились рынков сбыта для собственной продукции, деятельность имеют все шансы потерять существенно больше людей [6].

В середине марта глава Российской федерации Владимир Путин признал, что в новых реалиях экономике государства понадобятся структурные перемены, которые приведут к увеличению безработицы и инфляции. Согласно его анализам, российская экономика к новой



действительности адаптируется, но главным игроком в разрешении текущих вопросов обязан стать частный бизнес.

Для снижения влияния санкций необходимо реализовать дополнительные меры поддержки населения. Замедлить падение можно новой индексацией пенсий, увеличением маткапитала и снижением страховых взносов, считают эксперты. «По нашей оценке применение предложенных мер сможет смягчить снижение располагаемых доходов до минус 10 процентов и сократить уровень безработицы до 6 процентов к концу 2022 года», – пояснила руководитель направления «Человеческий капитал» института Раиса Лукьяненко.

Настоящие располагаемые доходы (с поправкой на инфляцию и обязательные платежи) жителей в 2022 г. снизятся на 7-7,2 процента, что может быть наиболее высоким показателем с 1999 года, когда падение составило 12,3 процента. Незанятость согласно результатам года составит 7-8 процентов. Инфляция к окончанию года составит 20-23 процента, сокращение ВВП – 6,3-6,6 процента. Согласно официальным сведениям Росстата, доходы 16,1 миллиона жителей России стали ниже границы бедности в 2021 г. [7].

Таким образом, можно сказать, что инфляция – один из опаснейших процессов в современном мире, влияющий на такие факторы как безработица, повышение налогов и ряд других. Сейчас он сильно прогрессирует, даже несмотря на предпринятые меры. Борьбу с таким процессом следует держать под строгим контролем и совершенствовать.

Список использованных источников:

1. Понятие и основные виды инфляции. – Текст : электронный // works.doklad.ru : [Электронный ресурс]. – URL: <https://works.doklad.ru/view/Ahi8oJuXN1M/all.html>.

2. Инфляция как форма проявления макроэкономической нестабильности. – Текст : электронный // vuzlit.com : [Электронный ресурс]. – URL: https://vuzlit.com/1169724/inflyatsiya_forma_proyavle...

3. Кирилл Соколов, Годовая инфляция по итогам марта составила 16,7%, сообщил Росстат. Это максимальный показатель с 2015 года. Подробнее на РБК: <https://www.rbc.ru/economics/13/04/2022/6256ae139a794..> / Соколов Кирилл. – Текст : // www.rbc.ru : [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rbc.ru/economics/13/04/2022/6256ae139a794..>

4. Елена Прошина, Четыре новых налога, которые ждут россиян в 2022 году. Об этом сообщает "Рамблер". / Прошина Елена. – Текст : // finance.rambler.ru : [Электронный ресурс]. – URL: <https://finance.rambler.ru/money/47662836-chetyre-nov...>

5. Указ Президента РФ: от 01.03.2022 N 81 (ред. от 04.05.2022) "О дополнительных временных мерах экономического характера по обеспечению финансовой стабильности Российской Федерации"//



КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – [М., 2022].

6. Мария Тирская, Елена Кром, Специалисты рассказали, как начал меняться рынок труда / Тирская Мария. – Текст : // rbc.ru.turbopages.org : [[Электронный ресурс].– URL: https://rbc.ru.turbopages.org/rbc.ru/s/spb_sz/27/03/2...

7. Платон, Щукин Оценено влияние санкций на уровень безработицы россиян и их доходы / Щукин Платон. – Текст : электронный // lenta.ru : [Электронный ресурс]. – URL: <https://lenta.ru/news/2022/03/26/ocen/>.

© Соболева Е.А., Серова Т.А., Джой Е.С., 2022

УДК 640.41

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Сидорук А.А., Ильина С.И.

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

В последние годы в индустрии гостеприимства наблюдается ужесточение конкуренции: требования потребителей в отношении качества и оперативности предоставления услуг неуклонно растут, добиться удовлетворенности клиентов становится сложнее. Модель бизнес-процесса – это важная составляющая развития бизнеса. Служит осуществлению основных целей предприятия и описывает центральную сферу его деятельности. Благодаря моделированию бизнес-процессов формулируются бизнес-решения, т.е. задания для технического исполнения, на их основе составляется различная нормативная документация. Бизнес-процесс – это один, несколько или множество внутренних пошаговых действий, выполнение которых заканчивается созданием продукта. Таким образом, выходом или результатом выполнения бизнес-процесса всегда являются информация, услуги или товары, установленные клиентом. При этом бизнес-процесс может иметь несколько выходов [1]. В данных условиях успешное функционирование гостиничных предприятий осуществляется путём использования современных автоматизированных систем управления.

АСУ (автоматизированная система управления) – это комплекс программных и аппаратных средств, необходимый для управления различными процессами в рамках технологического процесса, производства, предприятия.



На сегодняшний день наибольшую эффективность для автоматизации гостиничной инфраструктуры представляют две основные группы систем: Система BMS (Building Management System); Система стандарта GRMS (Guest Room Management System).

BMS (Building Management System) – система, используемая для задач по управлению климатом, освещением и водоснабжением практически в каждом современном здании. Система GRMS нашла широкое применение именно в отелях. Данная система даёт возможность гостям управлять светом, теплом, жалюзи, обеспечивая тем самым комфортные условия пребывания в отеле. Упомянутые АСУ используются в целях автоматизации различных бизнес-процессов, подлежащих дальнейшему рассмотрению [2-4].

Основной ресурсной базой предприятия гостиничного бизнеса выступает номерной фонд. Отсюда следует, что для обеспечения его эффективного использования важно правильно управлять процессом бронирования номеров (Genares, Pegasus IDS Systems). Собственный модуль бронирования на сайте отеля позволяет гостям самостоятельно бронировать гостиничные номера. Модуль в режиме реального времени получает информацию о наличии номеров и ценах из базы данных отеля. При этом менеджеру по продажам нет необходимости следить за квотой номеров выделенных для продажи через Интернет, все происходит автоматически. После бронирования гость получает номер брони и может приезжать в гостиницу. Но надо понимать, чтобы гость воспользовался сайтом отеля, он должен об этом отеле узнать. Поэтому необходимо продумать продвижение сайта в Интернет, через специализированные системы, такие как: booking.com, tripadvisor.com и др.

В процессе размещения через внешние системы бронирования остро стоит проблема согласования свободного номерного фонда гостиничного предприятия с данными, которые представлены в базах «внешних» систем бронирования.

Для решения этой задачи используются автоматизированные системы («Fideliо», «Эдельвейс/Medallion»).

Задача продажи номерного фонда по выгодным ценам, требует выстраивания грамотной стратегии сбыта. Благодаря современным системам управления, сотрудники гостиницы имеют возможность постоянно отслеживать изменения в бронировании номеров. Мониторинг бронирования рассматривается по схеме: время между размещением заявки на бронирование и датой заселения клиента. Мониторинг позволяет формировать гибкую ценовую политику на номерной фонд с учетом сезона, характеристики номера, спросом и другими факторами.

Немаловажную роль для обеспечения клиентов играет и Housekeeping – служба эксплуатации номеров.



Служба эксплуатации номеров во многом определяет «лицо» отеля: своевременная уборка номера; наличие предметов гигиены; заполненность мини-бара – все это показатели высокого стандарта качества отеля.

Заезд гостя автоматически изменяет статус номера, и автоматизированная система контролирует статус номеров (свободен, чистый, грязный, на инспекции) и позволяет мобильно распределить горничных согласно плану и графику работы. Горничные, используя АТС отеля, отражают в системе результат уборки. Супервайзер, контролирующий уборку номеров, при помощи специального приложения для Android, мгновенно получает информацию о подготовленных номерах и выставляет статус номера. Приложение показывает среднюю длительность выполнения работ, среднюю площадь уборки и время простоя. Эти данные позволяют более эффективно управлять персоналом и, как следствие, качеством обслуживания гостей.

Следует также обратить внимание на эксплуатационные режимы, позволяющие экономить средства организации. Наиболее продвинутые и современные системы GRMS умеют взаимодействовать с системой BMS, системой управления дверными замками, а также с системой управления PMS (Property Management System) отеля. Всё оборудование в номере подключено к контроллеру, обеспечивающему полное управление им и имеющему прямую связь с сервером. Если все системы настроены грамотно, то статус для номера диктуется системой PMS, исходя из ее данных. Если помещение не планируется к заселению в ближайшее время, то система переводит его в режим «эксплуатационный». В этом статусе номер минимально расходует электричество и тепло, а все электрические приборы обесточены. Если PMS получила информацию о скором заселении (бронирование через Интернет), то номер переводится в режим ожидания («прекомфорт»). Его температура повышается до 23°C, включается обогрев пола в ванной комнате. Когда же гость попадает в номер, его статус меняется на «заселен». Датчик присутствия на двери размыкается и фиксирует наличие прибывшего. Свет в прихожей зажигается, все электрические цепи номера получают питание, температура повышается до 25°C.

Если возможность задавать эксплуатационные статусы номеров призвана экономить денежные средства отеля, то использование программ-сценариев направлено на повышение комфорта гостей и их лояльности. Например, используется «Сценарий приветствия гостя»: после заселения постояльца в номер системой PMS автоматически включается телевизор с роликом о отеле и приветствием, обращенным лично к гостю.

Необходимо отметить, что системы автоматизации гостиничного предприятия позволяют также производить управленческую отчетность.



Для коммерческого директора набор отчетов, предоставляемый системой управления, является удобным инструментом для контроля дебиторской и кредиторской задолженности, анализа статистики продаж в различных аналитических разрезах (видам размещения, контрагентам и договорам, гостиничным продуктам, номерам). Нередка ситуация, когда менеджерам отдела продаж ставится задача повысить процент загрузки. В результате этот показатель имеет практически 100% величину, все номера заняты, работы много, но фактическая прибыль невелика. Исходя из этого, контроль процента загрузки должен рассматриваться совместно с такими показателями, как средняя цена номера (ADR), средний доход с доступных номеров (Rev.PAR), средняя продолжительность проживания (ALS), что позволит более эффективно организовать работу и получать больше прибыли, даже если процент загрузки и не приближается к 100%.

Большое место занимает автоматизация бизнес-процессов, связанная с проведением бухгалтерского учёта и анализа (Scala, 1С). Использование системы управления в бухгалтерии позволяет в автоматическом режиме, без повторного ввода информации вручную, получать данные о реализации услуг отеля, вести бухгалтерский и налоговый учет, сверять начисления и реализацию по данным бухгалтерского и управленческого учета, своевременно получать всю необходимую регламентированную отчетность.

Таким образом, сегодня значительное количество предприятий гостиничного бизнеса активно внедряют системы автоматизации, полностью отвечающие современным требованиям. Использование инновационных технологий, обеспечивающих автоматизацию бизнес-процессов в гостиничном бизнесе, дает возможность экономить финансовые ресурсы предприятия, упрощает процессы управления и контроля, повышает лояльность, удовлетворенность клиентов, и как следствие, способствует росту конкурентоспособности отеля в целом.

Список использованных источников:

1. Ильина С.И. Управление бизнесом с помощью построения модели бизнес-процессов/ Сборник научных трудов международной научно-практической конференции «Научные исследования и разработки: приоритетные направления и проблемы развития (г. Москва)» - 15.05.2021. – с.38-41.
2. <https://welcometimes.ru/opinions/avtomatizaciya-v-otelyah-kak-popyat-cto-pora-vnedryat-grms> - дата обращения 28.04.2022.
3. <https://solutions.1c.ru/articles/981/> - дата обращения 28.04.2022.
4. <file:///C:/Users/annas/Downloads/avtomatizatsiya-biznes-protssov-kak-mehanizm-povysheniya-effektivnosti-gostinichnogo-predpriyatiya.pdf> - дата обращения 28.04.2022.

© Сидорук А.А., Ильина С.И., 2022



УДК 677.076.49

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСОБРАЗНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ОДНОРАЗОВОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ОДЕЖДЫ И БЕЛЬЯ

Симанина А.В., Бондарчук М.М.

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

В настоящее время в условиях острого дефицита натурального сырья для текстильной промышленности утилизация и повторное использование волокнистых отходов имеет большое экономическое значение. В последнее десятилетие в мире бурное развитие получило производство технического текстиля, в том числе и нетканых полотен для нужд дорожного, гражданского и жилищного строительства, средств безопасности, фильтровальных материалов, специальной и защитной и медицинской одежды, средств ликвидации экологических аварий и катастроф. Разработка технологий производства подобных материалов в условиях Российских предприятий и с применением отходов текстильного производства и химических волокон вызывает острый интерес у производителей и на рынке сбыта. В работе комплексно решаются вопросы повышения качества продукции и улучшения условий труда за счет обеспыливания материала в цепочке оборудования по подготовке волокнистых настолов.

По мнению специалистов, переход на одноразовую медицинскую одежду и белье позволяет достичь существенной экономии средств, которая образуется за счет уменьшения затрат на мягкий инвентарь и снижения расходов на лечение послеоперационных осложнений.

С точки зрения практической целесообразности, отходы любого производства – это вторичное сырье, которое после переработки может быть рационально использовано на соответствующих производствах. В связи с этим, сбору таких отходов на предприятии необходимо уделять особое внимание. Экономическая же выгода заключается в снижении себестоимости нетканого полотна, при сохранении высоких эксплуатационных свойств и одновременном расширении области его применения.

В 2001 году независимой компанией Martec по заказу фирмы DuPont было проведено изучение в больших и малых госпиталях Франции, Германии и Великобритании цен полного жизненного цикла хирургической одежды многократного и одноразового использования. Исследование показало, что, несмотря на разную цену белья и различия административных структур во Франции, Германии и Великобритании,



стоимость полного жизненного цикла одноразовой хирургической одежды с учетом стоимости ее утилизации ниже по сравнению с использованием многоразовой одежды [1].

Исследования по оценке медицинской и экономической эффективности применения одноразовой медицинской одежды и белья проводились специалистами кафедры общей и неотложной хирургии Казанской Государственной медицинской Академии (КГМА), кафедры экономики здравоохранения КГМА, кафедрой эпидемиологии КГМА на базе отделения неотложной хирургии клинической больницы № 7 г. Казани – клинической базы кафедры общей и неотложной хирургии КГМА.

Исследования по оценке медицинской и экономической эффективности применения одноразовой медицинской одежды и белья так же проводились в Свердловской ОКБ №1 в период с 01.03.2005 г. по 01.06.2005г.

В результате проведенных исследований подтвердилась экономическая эффективность применения одноразовой одежды и белья. Затраты, связанные с использованием многоразовой медицинской одежды и белья, значительно превосходят затраты на применение одноразового медицинского инвентаря, спецодежды и белья.

Исследования, проведенные в г. Екатеринбурге и г. Казани, показали, что использование ОМОБ в ЛПУ РФ экономически эффективно за счет снижения затрат на:

приобретение многоразовой одежды и белья в отделениях родовспоможения, ожоговой и гнойной хирургии, гинекологии, экстренной хирургии многоразовые изделия, проходя частую обработку, стирку и стерилизацию теряют свои прочностные качества становятся практически не многоразовыми, акратно-применяемыми. Причем кратность может достигать всего до 2-10 раз;

моющие средства и технику в прачечных;

электроэнергию при стирке и стерилизации, тепловую энергию (при использовании паровой стерилизации);

заработную плату работников прачечных и стерилизационных;

на приобретение упаковок для стерилизации (стерилизационных коробок и других видов упаковок);

освобождения рабочего времени медицинского персонала, связанного с подготовкой (укладкой белья) для стерилизации.

Помимо этого, есть непрямая экономия, так как снижаются расходы, связанные с отсутствием у пациентов послеоперационных осложнений, вызванных ВБИ (количество послеоперационных осложнений уменьшается на 25-40%), что приводит к уменьшению срока пребывания в стационаре, а также с отсутствием необходимости проведения повторных и



дополнительных контрольных высокотехнологичных лабораторных исследований и т.п.

При этом, чем более сложная и трудоемкая операция, тем выше предъявляемые требования к стерильности белья и одежды, и тем более выгодным и целесообразным становится использование именно одноразовых изделий при проведении данных операций [1].

Еще одно перспективное направление – текстиль, который выделяет питательные и повышающие физическую форму вещества на кожу. Особенно в области рабочей одежды и рабочих перчаток, такой текстиль может действовать профилактически, чтобы избежать проблем с кожей.

В будущем интегрированные в текстиль системы мониторинга для ухода за больными сделают возможным долгосрочную регистрацию физиологических параметров, диагностику и последующий уход после медицинских вмешательств за пределами клиник и кабинетов врачей. Текстильные проекты будущего включают одежду с биологической обратной связью, ортезы с технологией датчиков/актуаторов и средства защиты от падения с функцией экстренного вызова, так называемую «умную одежду» [2].

Кроме того, ведутся работы по созданию текстильных имплантатов, поскольку текстиль по своим физиологическим и механическим свойствам более близок к биологическим структурам человеческого тела, чем металлы. Сосудистые протезы и грыжевые сетки, а также имплантаты мениска и искусственные роговицы изготавливаются из текстильных структур. Волокнистые композитные материалы, способные выдерживать высокие механические нагрузки, новые клеточные носители и формователи для регенерации органов и тканей – это дальнейшие будущие проекты, некоторые из которых даже позволяют осуществлять беспроводной мониторинг и контроль процесса заживления со стороны врача в сочетании с интегрированными сенсорными технологиями и интеллектуальными системами доставки лекарств.

Также ведется работа по созданию непроницаемого для микробов барьерного текстиля для области хирургического вмешательства и новых видов текстиля, позволяющих повысить шансы на выздоровление, особенно в случае хронических заболеваний [2].

Список использованных источников:

1. Живой Журнал - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.livejournal.com/> (дата обращения: 15.03.2022).
2. Текстильная промышленность - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://deru.abcdef.wiki/wiki/Textilindustrie> (дата обращения: 15.04.2022).

© Симанина А.В., Бондарчук М.М., 2022





УДК 347

ВИНДИКАЦИОННЫЙ ИСК КАК СПОСОБ ЗАЩИТЫ ПРАВА СОБСТВЕННОСТИ И ДРУГИХ ВЕЩНЫХ ПРАВ

Смакова В.А., Симинович Е.В.

*Образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский технологический университет», Челябинск*

Виндикационный иск – это требование о взыскании имущества из чужого незаконного владения. Регламентируется статьями 303-310 Гражданского Кодекса РФ (далее ГК РФ) [1]. Истцом по виндикационному иску может быть, как собственник, так и лицо, не являющееся собственником, но владеющее имуществом на праве пожизненного наследуемого владения, хозяйственного ведения, оперативного управления либо по иному основанию, предусмотренному законом или договором. Ответчик является фактическим владельцем вещи («владелец, не являющийся владельцем»).

Чтобы подать такой иск, необходимо, чтобы истец был собственником вещи или объекта другого права собственности. В последующем он должен доказать, что у него есть право владеть вещью (или другое право, предоставляющее право владения) [2]. Истец не должен находиться в обязательных юридических отношениях с ответчиком.

Проблема виндикационного иска видится в применении его на практике. Количество неразрешенных или спорных исков довольно большое. Нужно корректно сформулировать понятие презумпции добросовестности, потому что к приобретателю это рассматривается как снисхождение.

Суханов Е.А. говорил о невозможности применения виндикационного иска к недвижимому имуществу [3]. Если вы фактически обладаете вещью, то не можете лишиться права владения на неё.

Виндикационный иск есть право собственника недвижимого имущества требовать вернуть принадлежащее ему на праве собственности имущество, если имущество было утрачено в результате неправомерного действия лица, который нарушил договор или соглашение с собственником.

Проблема соотношения (конкуренции) иска с требованием признать сделку действительной по приобретению спорной вещи недействительной остается на данный момент достаточно сложной и дискуссионной, поскольку ограничение виндикации по статье 302 ГК РФ можно легко обойти с помощью возврата реституции, который безразличен к добросовестности.



Приведём пример судебной практики. На основании решения Арбитражного суда Московского округа от 10. 06. 2016 г. по делу №А40-174576/2015, приведён пример виндикации от арендатора, который не хочет возвращать имущество по истечении срока аренды, при этом отсутствует продление срока договора.

Также может иметь место случай виндикации имущества приобретателя на основании недействительной сделке, если собственник не распорядился им, которое имеет место быть в Постановлении АС ВВО от 01.01.2001 г. №Ф01-2405/2016 по делу №А15-2113/201511.

Постановление АС СКО от 01.01.2001г. №Ф08-7965/2016 по делу №А15-2113/2015, закрепляет виндикацию имущества владельца с одновременным признанием права собственности за истцом.

Истец имеет право доказывать в суде, что это его имущество. Доказательства истца о его праве собственности, в то время как у ответчика нет доказательств права собственности, означают, что ответчик является незаконным владельцем. Только в этом случае можно говорить о том, что собственник действительно требует возврата своего имущества из действительно незаконного владения.

Незаконное владение бывает добросовестным или недобросовестным. Добросовестный владелец – это тот, кто не знал и не должен был знать о владении спорным имуществом другого лица. Например, добросовестным владельцем может быть признан наследник, получивший чужую вещь в составе наследства. Вор, или лицо, присвоившее находку, или лицо, добровольно вселившееся в чужую квартиру, не могут быть признаны добросовестным владельцем.

Виндикационный иск не всегда оправдан. В постановлении президиума ВАС РФ /00 по делу №А65-5997//99-СГ2-24 указано, что спор об взыскании имущества, изъятого у лица, привлекаемого к уголовной ответственности, в качестве вещественного доказательства, переданного в целях обеспечения иска или конфискованного, не подлежит рассмотрению в арбитражном суде.

Иск будет удовлетворен, если будут выполнены следующие условия: недобросовестность ответчика (недобросовестным признается тот, кто знал или должен был знать, что вещь попала к нему незаконно, при этом предполагается добросовестность ответчика);

безвозмездность приобретения вещи ответчиком;

изъятие вещи из собственности владельца (и лица, которому он передал вещь в пользование) без его воли (украдено, утеряно и т.д.).

Требования также могут быть сформулированы по-разному, например, о признании прав собственности. Об этом в судебной практике указано следующее: если имущество приобретено у самовольного отчуждателя при отсутствии договорных отношений, правила возмездия



применяются независимо от конкретного способа защиты права, в том числе при подаче иска об аннулировании сделок по отчуждению жилого помещения (Определение ВС РФ от 01.01.2001 г. №5-КГ16-517).

Таким образом, суд должен отказать в удовлетворении иска, если сочетаются сразу три условия [2]:

ответчик должен быть добросовестным;

приобрести вещь за плату;

вещь должна быть изъята из владения владельца по собственной воле.

Также необходимо учитывать тот факт, что истец должен доказать право собственности на спорную вещь, а также тот факт, что он сохраняет за собой право на момент рассмотрения дела. Срок исковой давности для всех требований о возмещении составляет три года.

Стоит обратить внимание на некоторые противоречия между нормами Гражданского кодекса Российской Федерации и постановлением Пленума Верховного Суда ВС РФ и Пленума ВАС РФ от 29 апреля 2010 г. №10/22 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при разрешении споров, связанных с защитой права собственности и других вещных прав». Так, в абзаце 3 пункта 13 Постановления указано: «Поскольку добросовестный приобретатель становится собственником недвижимого имущества с момента государственной регистрации права в ЕГРП, первоначальный владелец не имеет права претендовать на имущество, даже если оно перешло к следующему приобретателю на основании необоснованной сделки».

Это положение, по-видимому, противоречит пункту 2 статьи 302 ГК РФ, который устанавливает право собственника требовать свое имущество независимо от обстоятельств, если оно было приобретено бесплатно у лица, не имеющего права на отчуждение.

Статья 302 ГК РФ не содержит каких-либо ограничений в зависимости от категории имущества, а это значит, что нет оснований искусственно лишать владельца возможности претендовать на свое имущество за необоснованную сделку. Предлагается ввести в Гражданский кодекс отдельную норму, отражающую специфику обращения взыскания на недвижимое имущество по аналогии с обращением взыскания на ценные бумаги. Норма может быть выражена аналогичным образом: «если имущество за плату было приобретено у лица, которое не имело права его отчуждать, о чем приобретатель не знал и не мог знать (добросовестный приобретатель), то владелец имеет право требовать это имущество от приобретателя в случае, когда владелец не совершал непосредственно каких-либо действий, направленных на то, чтобы в случае распоряжения этим имуществом оно было изъято из его собственности другим способом против его воли. Если имущество было приобретено бесплатно у лица,



которое не имело права на отчуждение, владелец имеет право претендовать на имущество во всех случаях».

Требования к виндикации в современной науке гражданского права могут быть применены как к обращению с движимыми вещами, так и к недвижимому имуществу. Вместе с иском о признании права иск о возврате недвижимого имущества из чужого незаконного владения является самостоятельным основанием для регистрации права собственности и восстановления фактического владения истца.

Список использованных источников:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: Федеральный закон от 30.11.1994 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. 1994 №32 Ст. 3301

2. Е.Г.Шаблова., О.В.Жевняк. Гражданское право: учебное пособие для вузов / Москва: Издательство Юрайт, 2022. С.88 (Высшее образование). ISBN 978-5-534-08105-3. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/492102> (дата обращения: 21.04.2022).

3. Виндикационный иск как способ защиты права собственности на недвижимое имущество // Научный журнал «Эпомен», № 19, 2018. [Электронный ресурс] – URL: <https://epomen.ru/issues/2018/19/15.pdf#:~:text=Ет%20на%20невозможность%20применения%20виндикационного,%20воздушных%20и%20морских%20судов> (дата обращения 21.04.2022).

© Смакова В.А., Симинович Е.В., 2022

УДК 338.45.

ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАЗНЫХ ФОРМ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Смакуев А.Д., Ткачук А.Е., Мишаков В.Ю.

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

На современном этапе в российской экономике оптовая торговля имеет важное значение. Именно оптовая торговля является активным проводником товаров отечественного производства и достаточно большой массы товаров зарубежной продукции на внутренний рынок; она заставляет наших производителей поднимать качество отечественных товаров для завоевания прочного места как на внутреннем, так и на внешнем рынках.



В настоящее время с развитием рыночных отношений, с реализацией экономических реформ, с обеспечением законодательных норм и правил, торговля, как оптовая, так и розничная, относится к наиболее прогрессивным видам деятельности, затрагивающим все слои населения. Кроме этого, оптовая и розничная торговля – это отрасли с высоким уровнем занятости населения и в трудный переходный период обеспечила рабочими местами значительную часть трудоспособного населения, оставшуюся без работы в связи с упадком производства и массовым закрытием ряда предприятий и организаций [3].

Торговля оказывает значительное влияние на развитие производства, поскольку наиболее оперативно реагирует на любые изменения в экономической и политической ситуации в стране. Являясь отраслью экономики, наиболее приближенной к конечному потребителю, торговля регулирует процесс производства в части объема и ассортимента выпускаемой продукции с одной стороны, а с другой стороны – позволяет проанализировать структуру потребительских предпочтений и возможностей, а также динамику уровня жизни населения. В частности, через экономическую составляющую товара – цену, можно судить об экономическом развитии и динамике инфляционных процессов в государстве [4].

Число предприятий оптовой и розничной торговли растет с каждым годом и связано с расширяющимися потребностями потребителя в условиях постоянного обновления ассортимента товаров и услуг. Эти предприятия вносят значительный вклад в распределение национального продукта. Они являются членами деловой общности в каждом регионе страны. Вышесказанное определяет особую актуальность исследуемой темы.

Экономики разных стран имеют свои пути развития. В связи с этим хотелось бы узнать, где же механизмы оптовой торговли развиты лучше в России или за рубежом. И в какой стране достигнута наибольшая эффективность. Но для начала нужно разобраться, что же такое оптовая торговля.

Оптовая торговля – это все виды деятельности, связанные с продажей товаров и услуг тем субъектам рынка, которые перепродают их или используют в корпоративных целях.

Оптовые организации (или дистрибьюторы) во многом отличаются от розничных. Во-первых, оптовики в меньшей степени занимаются продвижением товаров, атмосфера и местоположение их предприятий имеют не столь важное значение, поскольку они работают с предприятиями, а не с конечными пользователями продукта. Во-вторых, объем оптовых сделок, как правило, значительно больше, а их количество меньше, чем в розничной торговле. В-третьих, государство по-разному подходит к



регулированию оптовой и розничной торговли, что находит отражение в законодательстве и налогах [1].

Всех оптовиков можно разделить на четыре группы: оптовики-купцы приобретают право собственности на товар (50% общего оптового оборота); брокеры и агенты не берут на себя права собственности на товар (10%); оптовые отделения и конторы производителей являются подразделениями производителей, занимающимися оптовой торговлей (36%), и разные специализированные оптовики (4%) [8].

Основной организационной формой в оптовой торговле является независимая фирма, занятая собственно торговлей. Доля таких фирм в США и ФРГ составляет соответственно около 54 и 60% оборота оптовой торговли. По мере проникновения промышленных фирм в оптовую торговлю они стали создавать собственный оптовый аппарат в виде оптовых контор и баз, отделов поставок (сбыта), бюро, оптовых складов и т.д. [4].

В Японии преобладают мелкие и средние независимые компании оптовых и розничных фирм, этому способствуют государственная поддержка мелкого предпринимательства и законодательные ограничения, накладываемые на крупные оптовые фирмы. В оптовой торговле Японии есть оптово-розничные и рознично-оптовые комплексы. По связям с производителями японские оптовые фирмы делятся на собственно оптовые, агентские фирмы (получают от промышленных предприятий комиссионные), фирмы-агенты продавцов и покупателей, сбытовые филиалы фирм-производителей [9].

Представляет интерес опыт формирования малых предприятий оптовой торговли Великобритании и Франции. Здесь получили развитие мелкооптовые магазины-склады самообслуживания («кэш энд кэрри»), снабжающие предприятия массового питания, гостиницы, мелких торговцев, офисы небольших фирм и т.п. В Великобритании на их долю приходится 65% оптового оборота по реализации продовольственных товаров.

По данным исследования «Российский рынок складирования и хранения. Текущая ситуация и прогноз» консалтинговой компании Intesco Research Group, оборот оптовой торговли в России неуклонно растет с 2010 года. В целом с 2019 по 2020 год он увеличился на 40,9% (или 12,8 трлн. рублей). При этом если в 2019 году оборот оптовой торговли увеличился на 20%, то в 2020 году темп прироста понизился до 18%, а его объем, по оценке аналитиков компании, превысил 44 трлн. руб.

В федеральной структуре торговли 2019 года лидировал Центральный федеральный округ, в нем было реализовано более половины продукции. В 4,5 раза меньше оборота оптовой торговли обеспечивал Приволжский ФО, третью позицию занимал Северо-Западный ФО – его доля составляла десятую часть. В 2020 году лидерство сохранилось за Центральным



федеральным округом. На региональном уровне г. Москва является безусловным лидером. Ее доля в совокупном обороте оптовой торговли в три с половиной раза превышала долю Московской области. За этими регионами следовали г. Санкт-Петербург (7%), Свердловская и Тюменская области – на их доли приходится соответственно 4% и 3% общего оборота [10].

Оптовые рынки, как правило, размещаются в крупных городах и промышленных центрах. Цель их создания – повышение эффективности снабжения потребителей преимущественно продовольственными товарами. Такие рынки могут быть как универсальными, так и специализированными на продаже какой-либо одной продукции или товарной группы (мясные, плодовоовощные рынки, рынки морепродуктов и т.п.): площадь зоны обслуживания и численность потенциальных покупателей; наличие дорог, соединяющих рынок с городской транспортной системой; возможность перспективного расширения участка земли, отведенного под рынок [2].

Оптовый продовольственный рынок должен иметь удобные подъездные пути и пешеходные развязки. На территории рынка выделяют следующие функциональные группы: торговую (специальные здания, павильоны, киоски); административно-складскую (административно-бытовые помещения, в том числе предприятие общественного питания для персонала рынка; складские помещения); хозяйственную (с площадкой для сбора мусора); стоянку для транспорта [5].

Для обеспечения деятельности оптовых рынков при них создаются специализированные службы: информационные, юридические, расчётно-финансовые, общественного питания и гостиничного хозяйства, транспортные и др. [6]

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод, что уровень оптовой торговли в России достаточно высок. Отечественные механизмы по сбыту продукции хорошо развиты по сравнению с зарубежными странами и продолжают развиваться.

В настоящее время с развитием рыночных отношений, с реализацией экономических реформ, с обеспечением законодательных норм и правил, оптовая торговля относится к наиболее прогрессивным видам деятельности, затрагивающим все слои населения. Появление крупных торговых сетей создает потребность в столь же крупных оптовых поставщиках продукции.

Оптовые компании обеспечивают сосредоточение широкого ассортимента различных видов и марок продукции в одной точке, что позволяет ритейлу экономить на затратах по поиску и доставке товаров для реализации, не входя в прямой контакт с огромной массой производителей различных видов продукции и конкурирующих брендов. Система оптовой торговли решила важнейший для нашего общества вопрос – занятость и трудоустройство населения, оказавшегося в связи с поступательным ходом



экономических реформ в большинстве своем без работы и средств к существованию [7].

Таким образом, оптовая торговля сейчас характеризуется усложнением структуры, что связано и с расширением масштабов деятельности, и ростом каналов товарных и информационных потоков, усложнением структурных связей в целом в экономике.

Список использованных источников:

1. Журавлев М.Е., Мишаков В.Ю. Современные методы управления розничной торговлей. В сборнике: Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса. Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса. Москва, 2021. С. 39-47.

2. 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.

3. Косикова Ю.А., Филатов В.В., Мишаков В.Ю. Теоретические аспекты построения государственной внешнеторговой политики РФ. Дизайн и технологии. 2021. № 81 (123). С. 95-99.

4. Косикова Ю.А., Филатов В.В., Мишаков В.Ю., Кудрявцев В.В., Положенцева И.В., Фадеев А.С. Анализ внешнеторговой политики Российской Федерации и предложения по увеличению ее эффективности. Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2020. № 3 (387). С. 5-10.

5. 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.

6. Мишаков В.Ю., Кирсанова Е.А. Методологические подходы к товарному консалтингу: проектное, процессное, экспертное консультирование. Дизайн и технологии. 2018. № 64 (106). С. 127-132.

7. 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.

8. Пилецкий Е.С., Мишаков В.Ю. Организация процесса продажи товаров народного потребления. В сборнике: Теория и практика экспертизы, технического регулирования и подтверждения соответствия продукции.



Сборник научных трудов по материалам Круглого стола с международным участием. Москва, 2021. С. 88-94.

9. Филатов В.В., Мишаков В.Ю., Кудрявцев В.В., Панов С.А. Стратегии развития международных оптово - розничных транснациональных корпораций в России. Дизайн и технологии. 2020. № 79 (121). С. 89-95.

10. Филатов В.В., Соколов А.П., Артемьев Н.В., Безпалов В.В., Вакуленко Р.Я., Столярова А.Н. и др. Проектирование информационных систем управления бизнес-процессами торговых предприятий мебельной и печатной продукцией. Курск, 2022.

© Смакуев А.Д., Ткачук А.Е., Мишаков В.Ю., 2022

УДК 336.71

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КРЕДИТНУЮ ПОЛИТИКУ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Смирнов А.А., Зернова Л.Е.

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

Банковская система является важнейшим элементом системы национальной экономики. Существует тесная взаимосвязь между развитием экономики и ее банковского сектора. Банки как кредитные посредники выполняют специфические функции, заключающиеся в способности аккумулировать потоки денежных средств и осуществлять их перераспределение между секторами экономики в территориальном и отраслевом аспектах. Реализуя данные функции, банки призваны способствовать устойчивому экономическому росту.

Современный этап развития банковской системы характеризуется трансформацией условий функционирования коммерческих банков, вызванной структурными изменениями экономики России, ее интеграцией в мировое сообщество. В своей кредитной деятельности коммерческие банки активнее взаимодействуют со средой непосредственного окружения - расширяющимся и качественно изменяющимся кругом клиентов и партнеров. По мере стабилизации экономической ситуации, снижения доходности спекулятивных финансовых инструментов, роста кредитоспособности российских компаний наблюдается расширение банковского кредитования, внедрение новых видов кредитных продуктов, форм и методов кредитования. В связи с возрастающей ролью регионов в экономике страны обостряется конкуренция на региональных рынках кредитных продуктов и услуг. Вследствие действия указанных факторов у



банков возникает необходимость качественного совершенствования кредитной политики, выработки политики, адекватной меняющимся условиям [1-6].

Важность исследования основ формирования кредитной политики коммерческого банка связана с серьезным ее влиянием на устойчивость функционирования и результаты деятельности банка. Несовершенная кредитная политика или ее отсутствие ведут кредитную организацию к серьезным финансовым потерям и банкротству. Наоборот, эффективная кредитная политика способствует повышению качества активов, их доходности и обеспечению в итоге положительного финансового результата.

Несмотря на значимость кредитной политики, которая признается как регулируемыми банковскими органами, практическими банковскими работниками, так и ведущими учеными страны, исследующими проблемы кредитования, стройная и ясная концепция формирования кредитной политики, а также эффективные методические подходы к ее разработке пока отсутствуют. В целом имеют место разрозненные схемы, относящиеся больше к административно-организационной части проблемы. Указанные обстоятельства требуют углубления теоретических исследований, посвященных кредитной политике коммерческих банков, обоснования системного подхода к ее формированию.

Кредитная политика – это определение направлений деятельности банка в области кредитно-инвестиционных операций и разработка процедур кредитования, обеспечивающих снижение рисков. Выработка грамотной кредитной политики - важнейший элемент банковского менеджмента.

Сущность кредитной политики банка состоит в обеспечении безопасности, надежности и прибыльности кредитных операций, то есть в умении свести к минимуму кредитный риск. Таким образом, кредитная политика – это определение того уровня риска, который может взять на себя банк.

Каждый банк должен четко формулировать политику предоставления ссуд, которая позволяла бы определять направления использования средств акционеров и вкладчиков, регулировать состав и объем кредитного портфеля, а также выявлять обстоятельства, при которых целесообразно предоставлять кредит. Ответственность за осуществление кредитной политики лежит на Совете директоров банка, который делегирует функции по практическому предоставлению кредитов на более низкие уровни и формулирует общие принципы и ограничения кредитной политики.

В последнее время все больше крупных банков письменно фиксирует эти принципы, составляя Меморандум о кредитной политике, структура которого различна для разных банков, но основные моменты содержат следующую информацию:



формулируется общая цель политики, определяются предельные суммы кредитов, выдачу которых администрация банка считает желательной, а также кредиты, от которых рекомендуется воздержаться;

определяются географические районы, где желательна кредитная экспансия банка;

содержатся правила о порядке выдачи кредитов, о контроле качества кредитов, о процедуре взыскания просроченной задолженности и т.д.

Понятие «кредитная политика» в настоящее время уже является достаточно известным в российской экономической теории и практике. Сегодня оно присутствует в специальной экономической литературе, используется на различных уровнях управления национальной экономикой и в практике кредитных организаций.

Кредитная политика направлена на достижение целей субъекта этой политики. С учетом общепринятого положения, согласно которому кредит как экономическая категория представляет собой совокупность экономических отношений по поводу движения ссуженной стоимости, кредитную политику можно определить как искусство управления отношениями по поводу движения ссуженной стоимости или искусство управления кредитными отношениями.

Кредитные отношения являются неотъемлемой составной частью экономических отношений, поэтому кредитную политику следует рассматривать как часть экономической политики, проводимой в интересах субъекта управления.

По степени охвата кредитных отношений следует различать понятие кредитной политики в широком категориальном смысле и в узком прикладном смысле слова. Кредитная политика в широком категориальном смысле охватывает управление кредитными отношениями во всех их формах и разновидностях. Кредитная политика в узком смысле сводится к стратегии и тактике в области кредитования.

Анализ публикаций показывает, что кредитная политика как научная категория, как правило, исследуется отечественными и зарубежными авторами на двух уровнях: макро- и микроэкономическом.

Экономическое развитие России сегодня характеризуется двумя диалектически связанными и в тоже время разнонаправленными тенденциями: с одной стороны, это – укрепление единого экономического пространства, но, с другой стороны, это – формирование и развитие региональных экономик. Это обуславливает необходимость учета в экономической политике на макро- и микроуровнях интересов экономического и социального развития регионов. Данные процессы в полной мере затрагивают и банковскую систему. Рациональная банковская политика сегодня не может игнорировать не только тенденции в развитии экономики страны в целом, но и ее взаимозависимость с развитием



региональных экономик. Решение вопроса об эффективном взаимодействии макро- и микроуровней банковской системы объективно требует выделения опосредующего уровня – мезоуровня банковской, в том числе и кредитной политики. Причем для российской банковской системы разработка кредитной политики на мезоуровне приобретает особую актуальность.

В качестве факторов, способствующих созданию надежной кредитной политики, могут рассматриваться:

лимит на общую сумму выданных кредитов, определяемый как отношение суммы кредитного портфеля к сумме депозитов, капитала или общей сумме активов;

концентрация кредитов. Кредитная политика должна стимулировать диверсификацию кредитного портфеля и способствовать нахождению баланса между максимальным доходом и минимальным риском. Ограничение по концентрации обычно относится к максимальному размеру кредитов, выдаваемых одному клиенту, связанной группе, отрасли экономической деятельности, виду залога. Данный вид лимитов особенно важен для небольших региональных банков;

виды кредитов. Все кредитные инструменты, с которыми работает банк, должны быть описаны в кредитной политике. Выбор видов кредитных инструментов должен основываться на опыте служащих кредитного отдела, структуре депозитов банка и ожидаемом кредитном спросе. Кредиты тех видов, использование которых ранее привело к непредвиденным убыткам, должны контролироваться или не продаваться вообще;

поддержание структуры кредитного портфеля банка. Ограничения по процентному соотношению кредитов, выдаваемых коммерческому сектору, сектору недвижимости, физическим лицам или другим кредитным категориям, являются общепринятой практикой. При этом политика в отношении данных ограничений должна разрешать некоторые отклонения от установленных нормативов;

сроки кредитов. Сроки определяются кредитной политикой, которая должна устанавливать максимальный срок для каждого вида кредитов, а кредиты должны выдаваться с реальным графиком погашения. При планировании сроков погашения учитываются особенности ожидаемого источника погашения, назначение кредита и полезный срок службы залога;

кредитное ценообразование. Процентные ставки по различным видам кредитов должны быть достаточными для того, чтобы покрывать издержки банка на привлечение ресурсов, кредитный надзор, администрирование (включая общие накладные расходы) и возможные убытки, а также обеспечивать приемлемую маржу прибыли. Ставки должны периодически пересматриваться в соответствии с изменением величины издержек или конкурентных факторов и др.



При формировании кредитной политики банку следует тщательно проанализировать следующие факторы:

наличие собственного капитала (чем больше капитал, тем более длительные и рискованные кредиты может предоставить банк);

степень рискованности и прибыльности различных видов кредитов;

стабильность депозитов (банк вправе предоставлять кредиты после того, как образованы достаточные первичные и вторичные резервы. Учет стабильности депозитов важен в случае не предсказуемых колебаний спроса, если вдруг все вкладчики захотят ликвидировать свои депозиты);

состояние экономики страны в целом, т.к. экономические спады и подъемы способствуют более резким колебаниям общей массы кредитных ресурсов и процентных ставок по кредитам;

денежно-кредитная и фискальная политика правительства, сокращающая или расширяющая кредитные возможности банков;

квалификация и опыт банковского персонала (от него зависит разнообразие направлений и эффективность кредитной политики банка).

Список использованных источников:

1. Зернова Л.Е., Халюшев Р.Р. ОСНОВЫ АНАЛИЗА КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА // Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА» - 2021.- с. 54-56.

2. Карякин К.А., Зернова Л.Е. КРЕДИТОСПОСОБНОСТЬ ЗАЕМЩИКА КАК ЭЛЕМЕНТ МЕХАНИЗМА КРЕДИТОВАНИЯ // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2020)., посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина». - 2020.- с. 23-28.

3. Филькина Е.И., Зернова Л.Е. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Инновационное развитие техники и технологий в промышленности» (ИНТЕКС-2020), посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина» - 2020. - с. 77-81.

4. Филькина Е.И. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПРОЦЕСС КРЕДИТОВАНИЯ // Сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации» (Социальный инженер-2019). - 2019. - с. 363-365.

5. Зернова Л.Е., Политыко М.Д. ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ КРЕДИТНУЮ ПОЛИТИКУ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА // Материалы



Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2018). - 2018.- с. 68-71.

6. Зернова Л.Е. КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ ДОСТИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА // Сборник научных трудов «Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы» - 2018. - с. 71-75.

© Смирнов А.А., Зернова Л.Е., 2022

УДК 336.719

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

Смирнова Л.Г., Иващенко Н.С.

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

На современном этапе становления экономики сектор банковских услуг считается одним из ведущих факторов, обеспечивающих устойчивые темпы экономического роста.

Формирование, а также рост конкурентоспособности банковских услуг региональных коммерческих банков считается залогом социально-экономического развития региона и, в конечном результате, целой страны. Решение проблемы усовершенствования функционирования банков в условиях рыночной экономики является одной из главных стратегических вопросов [1].

Актуальность выбранной темы исследования обоснована тем, что в условиях нарастающей конкурентной борьбы, стремительного насыщения рынка определенной услугой, предоставляемой коммерческими банками, конкуренты быстро перенимают друг у друга способы продвижения услуг.

При этом необходимо выделить то, что продвижение услуг банка на рынке, а также его борьба за клиентов будут зависеть от множества других моментов: расценки на банковские продукты и услуги, уровень и качество обслуживания клиентов, а также предоставление новейших разновидностей банковских услуг [2].

В условиях конкурентной борьбы на рынке банковских услуг большая часть российских банков начала искать новые пути и инструменты повышения конкурентоспособности. Одним из наиболее действенных



инструментов считается маркетинг, который предлагает поиск и применение банком наиболее выгодных рынков банковских продуктов с учетом реальных потребностей клиентов, а также инструментов повышения качества обслуживания. Сегодня банки ставят перед собой задачу автоматизировать все этапы и операции по работе с клиентами и перейти на предиктивное и проактивное обслуживание клиентов с целью создания персонализированного предложения, основываясь на собранных о них знаниях. В этой связи можно выделить следующие современные банковские технологии, улучшающие работу с клиентами.

Во-первых, развитие информационной безопасности продуктов, различных средств от киберугроз для сохранности данных и информации как самих банков, так и их клиентов.

Финансовый сектор является одним из лидеров в вопросах использования информационных технологий. Одновременно он представляет собой приоритетную мишень для киберпреступников. За прошедшие годы киберпреступники стали значительно более организованными и опытными, а киберугрозы – более глобальными. Очевидно, что обеспечение информационной безопасности остается ключевым направлением развития в ближайшем будущем. Большинство финансовых организаций понимают серьезность киберугроз и последствия инцидентов информационной безопасности. Однако этого недостаточно, чтобы уменьшить ущерб от кибератак. Нужны активные действия по обновлению системы защиты, отслеживанию эффективности и надежности ее работы, повышению уровня квалификации персонала, сотрудничеству с клиентами и другими финансовыми организациями.

Решения по всем данным проблемам принимаются управляющим банка. Положительным моментом является постепенное налаживание взаимодействия между регулятором и финансовыми организациями в вопросах предотвращения и своевременного обнаружения киберинцидентов, а также минимизация их последствий. Всё это позволяет надеяться на то, что в будущем удастся успешно противостоять росту масштабов компьютерной преступности в кредитно-финансовой сфере [3].

Во-вторых, внедрение в деятельность банков элементов искусственного интеллекта (роботизация банковских операций со встроенными средствами аналитики, в том числе в работе call-центров), что сокращает операционные издержки, обеспечивает обслуживание клиентов в режиме 24/7 и позволяет избегать множества ошибок при обработке типовых запросов, возникающих вследствие человеческого фактора. Применение технологии искусственного интеллекта позволяет анализировать клиентскую базу и использовать полученную информацию при последующем рекламировании банковских продуктов. тенденция на снижение числа сотрудников в call-центрах будет продолжаться.



Останутся только профессиональные специалисты, способные консультировать клиентов индивидуально, а развитие и совершенствование интеллектуальных автоматических систем позволит в скором времени получать услуги быстро и просто.

Тем не менее, важно сохранить баланс между работой живых людей и автоматизированных систем обслуживания. Способы получения услуги должны дополнять друг друга, для обеспечения максимально комфортного обслуживания клиентов.

В-третьих, цифровизация каналов обслуживания клиентов (системы дистанционного банковского обслуживания), что повышает доступность банковских услуг клиентам практически во всех уголках мира. Дистанционное банковское обслуживание клиентов является привлекательным механизмом взаимодействия между клиентом и банком и одновременно эффективным инструментом борьбы в межбанковской конкуренции. Банк получает доходы как от клиентов напрямую (комиссии за подключение, за обслуживание, за переводы), так и существенно экономит на операционных расходах (содержание офисов, заработная плата).

В-четвертых, технологические мощности крупных банков сегодня позволяют сформировать для клиента целостную цифровую экосистему, удовлетворяющую большинство потребностей клиентов.

Цифровая трансформация коммерческих банков напрямую связана с совершенствованием их экосистемы. Формирование и развитие экосистем является результатом развития технологий, которые позволили объединять в рамках одной платформы большое количество сервисов различного профиля – от маркетплейсов и платежных систем до лайфстайла и образования. Основной целью экосистем российских банков является омникальность.

Омникальность – это объединение на банковских платформах разнообразной информации о пользователях с дифференцированными каналами коммуникации. Омникальность позволяет создать некий бесшовный клиентский путь. Рассмотрим примеры экосистем двух ярких лидеров на рынке: Сбербанк и Тинькофф. Эти два банка выстраивают взаимоотношения в рамках экосистемы по разному принципу, например, Сбербанк предпочитает вовлекать уже известные на рынке компании, а Тинькофф – предпочитает создавать собственные сервисы. В основе цифровизации сервисов и деятельности банков находится дистанционное банковское обслуживание [4].

Развитие цифровой экосистемы банка требует особой ориентации банка на сопоставление общей стратегии развития и стратегии развития ИТ в инфраструктуре банка, формирование новой устойчивой бизнес-модели. Отличительные черты бизнес-модели устойчивого банкинга: долгосрочное



видение собственного бизнеса, экологической, социальной и институциональной среды, в которой работает банк и его клиенты; более строгое саморегулирование, учитывающее требования национальных, международных регуляторов и тенденции их изменения.

В результате применения новой бизнес-модели банк будет демонстрировать: устойчивый сбалансированный рост своих показателей; высокую конкурентоспособность, в том числе, по сравнению с индикаторами спекулятивного рынка; высокие места в рейтингах российских банков [5].

Таким образом, в рыночных условиях маркетинг становится одной из важнейших концепций управления конкурентоспособным банком. Маркетинг позволяет создавать стратегию развития, повышать удовлетворенность клиентов, создавать конкурентные преимущества на рынке.

В условиях динамично развивающегося рынка финансовых услуг, чтобы выдерживать конкуренцию, коммерческие банки выстраивают новые эффективные банковские технологии, улучшающие работу с клиентами, стремятся предоставить лучший сервис и ответить на запросы клиентов.

Список использованных источников:

1. Банковское дело : 100 экзаменационных ответов/ О.Ю. Свиридов, А.А. Лысоченко – Ростов н/Д: Феникс, 2014. – 314с.
2. <http://naukarus.com/povyshenie-konkurentosposobnosti-kommercheskogo-banka-na-osnove-ispolzovaniya-marketinga>.
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-bezopasnost-v-finansovom-sektore-kiberprestupnost-i-strategiya-protivodeystviya>.
4. <https://cyberleninka.ru/article/n/distantcionnoe-bankovskoe-obsluzhivanie-kak-element-ekosistemy-sovremennogo-banka>.
5. <https://www.dissercat.com/content/formirovanie-konkurentosposobnosti-bankovskikh-uslug-s-ispolzovaniem-tehnologii-benchmarkin/read>.

© Смирнова Л.Г., Иващенко Н.С., 2022



УДК 338.24

ПОЛИТИКА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ

Смирнов Д.Ю.

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

Применение политики импортозамещения особенно актуально в современных условиях для обеспечения стабильных темпов развития экономики на государственном уровне. После того как РФ столкнулась с глобальными экономическими и политическими вызовами возникла необходимость пересмотра политика импортозамещения. Пандемия COVID-19 вызвала срыв поставок конечной продукции, промежуточных товаров, падение спроса на сырьевые товары и энергетические ресурсы, и, хотя и является чрезвычайной ситуацией, добавила ряд весомых аргументов в пользу импортозамещения на основе развития национальных производств.

Во-первых, импортозависимость в некоторых отраслях достигла 60-90%, что может угрожать национальной безопасности государства. Наиболее перспективными направлениями для реализации политики импортозамещения и снижения импортозависимости являются следующие отрасли: тяжёлое машиностроение, фармацевтическая промышленность, станкостроение, радиоэлектронная промышленность. Во-вторых, введение санкций нарушило систему поставок отдельных групп импортных товаров. Наконец, девальвация курса рубля, которая значительно увеличила стоимость импортных товаров на внутреннем рынке.

Реализуемая в настоящее время в РФ политика вынужденного импортозамещения в условиях санкций и ответных российских мер, с опорой преимущественно на внутренние силы при недостаточном использовании внешних связей, не способствует достижению целей обеспечения прорывного научно-технологического и социально-экономического развития РФ и повышения уровня жизни ее граждан. Кроме того, она имеет побочные негативные эффекты в виде снижения благосостояния потребителей, роста производства неконкурентоспособной продукции, несет риск снижения продовольственной безопасности страны [1].

На современном этапе политика импортозамещения в РФ реализуется при помощи следующих инструментов [2]: высокие пошлины; запрет на ввоз определённых видов товаров; квотирование и лицензирование; экономическое стимулирование производственного процесса.



По своей сущности политика импортозамещения носит сложный характер. С точки зрения способа структурных изменений социально-экономических систем импортозамещение стимулирует экономический рост государства, а также ориентировано на создание благоприятной среды для национального производства. Положительными последствиями введения данной политики можно считать повышение конкурентоспособности отечественных организаций, осуществление смены модели развития экономики (от сырьевой к инновационной), оптимизация использования ресурсов.

Однако помимо преимуществ существует и ряд недостатков от осуществления импортозамещения: снижение процессов экономической интеграции, сокращение эффективности производства в условиях государственного протекционизма, усиление коррупции (за счет применения экономических инструментов), снижение уровня конкуренции со стороны зарубежных предприятий уменьшает необходимость в постоянном повышении уровня конкурентоспособности продукции [3].

Реализация политики импортозамещения предполагает рост технологически обновленных производственных мощностей. Однако при недостатке инвестиционной активности в экономике отсутствуют основания на существенный рост капитальных вложений. Снижение инвестиций обусловлено высокими расходами на обслуживание зарубежного долга, снижения инвестиционной привлекательности государства, дефицит «длинных» денег внутри страны [1].

Ориентация на новый вектор развития экономики предполагает создание новых конкурентоспособных по мировым стандартам условий финансирования бизнеса. В нашей стране государством разработан ряд мер, направленных на поддержание политики импортозамещения: софинансирование и субсидирование исследований, предоставление преференций отечественным производителям в системе закупок, специальный инвестиционный контракт, бюджетные ассигнования государственных программ, льготное кредитование [4].

Изучая зарубежный опыт применения политики импортозамещения, можно выделить следующие типы стратегий.

Первый тип характеризуется стимулированием слабых отраслей промышленности, продукция которых неконкурентоспособна по отношению с зарубежными производителями даже на внутреннем рынке. Основными инструментами реализации такой политики являются ограничение импорта, а также установление более высоких цен на импортные товары по отношению к товарам отечественного производства (например, СССР, КНР, страны Латинской Америки).

Второй тип характеризуется созданием новых отраслей производства с опорой на «собственные силы». Введение высоких импортных пошлин



производится одновременно с налоговыми преференциями для местных производителей, а также государственными инвестициями, направленными на развитие производственной инфраструктуры (Индия).

Третий тип характеризуется стимулированием тех отраслей производства, которые обладают широким потенциалом развития экспорта своей продукции (страны Азии) [5].

«Отечественные и зарубежные эксперты сходятся во мнении, что для одной отрасли экономики страны политика импортозамещения привела к позитивным последствиям – сельского хозяйства. В многочисленных программных и нормативных правовых документах, принимаемых органами исполнительной и законодательской власти в рамках проводимой политики в сфере импортозамещения, налоговыми льготами и преференциями уделяется мало внимания. Чаще других выдвигаются предложения по созданию благоприятного налогового режима для экспортеров, число которых существенно ограничено нормами ВТО, в частности Соглашением по субсидиям и компенсационным мерам» [6].

Таким образом, импортозамещение носит управляемый характер и ориентировано на поиск перспективных направлений для поддержания экономического роста. Разработка данной политики требует системного подхода и эффективного стратегического планирования. В текущих макроэкономических условиях осуществления импортозамещения может столкнуться с целым рядом проблем: дефицит инвестиционных ресурсов, ухудшение условий воспроизводства капитала, введение ограничений на пользование финансовыми ресурсами зарубежными банками.

Список использованных источников:

1. Щербина, Т. А. Политика импортозамещения: финансово-экономические и управленческие аспекты реализации / Т. А. Щербина // Экономика. Налоги. Право. – 2016. – Т. 9. – № 1. – С. 52-58.

2. Таран, И. Н. Импортозамещение как фактор развития экономики России на современном этапе / И. Н. Таран. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 45 (231). – С. 96-98. – URL: <https://moluch.ru/archive/231/53689/> (дата обращения: 10.05.2022).

3. Вертакова, Ю.В. Перспективы импортозамещения в высокотехнологичных отраслях промышленности [Текст] / Ю.В. Вертакова, В.А. Плотников // Аналитический вестник. – 2014. - №27. – С.7-20.

4. Гулин К. А., Мазилев Е. А., Ермолов А.П. Импортозамещение как инструмент активизации социально-экономического развития территорий // Проблемы развития территорий. 2015. № 3 (77). С. 7–25.

5. Ватолкина, Н. Ш. Импортозамещение: зарубежный опыт, инструменты и эффекты / Н. Ш. Ватолкина, Н. В. Горбунова // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного



политехнического университета. Экономические науки. – 2015. – № 6(233). – С. 29-39.

6. Королева, Л. П. Основные направления налогового стимулирования импортозамещения в контексте неоиндустриального развития экономики / Л. П. Королева // Финансы и кредит. – 2016. – № 46(718). – С. 2-15.

© Смирнов Д.Ю., 2022

УДК 339.138:655.3.026

РЫНОК ШКОЛЬНЫХ ТЕТРАДЕЙ – МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Воронина Н.И., Смирнов С.С.

*Новосибирский технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Новосибирск*

Производство школьных тетрадей в целлюлозно-бумажном производстве занимает особое место. Тем более считается, производство школьных тетрадей является наиболее рентабельным, так как они пользуются постоянным спросом и особенно в преддверии открытия школьного сезона.

В Российской Федерации динамика производства школьных тетрадей за последние годы свидетельствует о постоянном снижении с 2016 по 2020 года. В частности, с 2016 по 2020 годы снизилось производство с 929 до 813 млн. шт. [1, с. 163]. Хотя с начала 2021 года произошло повышение стоимости сырья для производства школьных тетрадей, что не сказалось на их производстве, так как основными потребителями такой продукции являются школьники в возрасте от 6,5 до 18 лет. Поэтому неудивительно, что спрос на тетради во многом зависит от демографической ситуации в стране. По данным Росстата, начиная с 2010 года, наблюдается тенденция увеличения численности детей обучающихся по образовательным программам начального, основного и среднего общего образования с 13 642,4 до 16893,7 тыс. человек в 2020 году [2, с. 185]. Поэтому уже на конец 2021 года производство школьных тетрадей составило 992.48 млн. шт. [3].

Следует отметить, что производство школьных тетрадей не снизилось даже в период пандемии COVID-19. Хотя в этот период учебные заведения перешли на дистанционное обучение. Переход на онлайн обучение особенно отразился на младших школьниках, лишив их возможности заниматься в группах продленного дня, в кружках и секциях и большее время находиться дома [4, с. 305]. Многим родителям пришлось обеспечивать, организовать и контролировать обучение школьников в



домашних условиях, что также способствовало значительному увеличению использования школьных тетрадей.

При производстве тетрадей особое значение приобретает качество применяемой бумаги. Особое значение приобретают следующие технические свойства бумаги: механическая прочность; растяжение; усадка при высыхании; коробление; электризуемость; характер мелования; пористость; пыльность; сорность.

Бумаги для тетрадей должны быть водостойкими, а значит иметь высокую степень проклейки. Письменная бумага должна иметь высокую прочность, что подразумевает волокнистый состав, невысокое содержание наполнителя (8-14%), а также проклейку в массе и на поверхности. Применяющиеся в производстве тетрадей бумаги должны отвечать определенным техническим требованиям в соответствии с ГОСТ 12063-89 [5]. Помимо свойств самой бумаги очень большую роль играет качество ее упаковки и соблюдение технологии при хранении и транспортировке.

Помимо того, следует отметить, покупатели очень редко запоминают название торговой марки, кроме того, они не требовательны к брендам в этой сфере. Для них главное – цена, дизайн и качество. Поэтому для повышения уровня продаж своей продукции многие производители пытаются любыми способами привлечь к ней потребителей, предлагая им не только эксклюзивные товары, но и новые коллекции.

На сегодняшний день потребительский рынок школьных тетрадей представлен в широком ассортименте. Различаются тетради по следующим показателям: формат (А5 – стандарт, А6, А4); количество листов (12, 24, 48, 96); переплет (скрепка, скоба, спирали, клеевая); дизайнерское оформление и тематика.

Ассортимент школьных тетрадей во многом зависит от сюжета оформления обложек. Поэтому в процессе разработки дизайна тетрадей обязательно необходимо принимать во внимание достаточно большое количество разных нюансов. Нужно учитывать не только возрастную категорию или же предпочтения маленьких покупателей, но и их социальный статус. Очень важно правильно выбирать время для того, чтобы начинать выпускать школьные тетради, когда популярность того или иного сериала становится необычайно высока, или, например, в ближайшие дни намечена премьера какого-либо нашумевшего мультфильма или фильма.

Для младших школьников (1-4 класс) выпускают тетради в крупную клетку, в широкую и косую линейку, с разнообразными обложками. Обложки изготавливают как из обычной бумаги, так из мелованного картона. Обложки бывают различных цветов, а также с изображениями животных, автомобилей, известных героев мультфильмов.

Для школьников старших классов и студентов подходят тетради большого объема от 48 до 120 листов. Фиксация листов в таких тетрадях



различная: на скрепках, скобах, сшитая, клеевая. Среди учеников старших классов востребованы тетради с обложками со спортивной тематикой, стильными цветочными мотивами, разнообразными фотографиями городов и мира в целом, пейзажами.

Среди студентов популярны графические рисунки на обложках, разнообразные геометрические линии. Большой популярностью у старших школьников служат общие тетради с полимерной обложкой, которая обладает множеством ценных характеристик, таких как: эластичность, водонепроницаемость, износостойкость.

В оформлении обложек широко используются различные полиграфические специальные эффекты: теснение фольгой, блески, выборочный лак, печать на металлизированном картоне.

Помимо обычных тетрадей, широко используются спросом предметные тетради, предназначенные для выполнения заданий по различным направлениям школьной программы.

У студентов популярны общие тетради со сменным блоком, такие тетради можно использовать для введения лекций по нескольким дисциплинам одновременно. Внутренний блок тетрадей крепится на прочных металлических скобах, это удобно и практично. Также в таких тетрадях есть разделение по блокам, с помощью разнообразных цветов листов.

На практике, как правило, производители не могут быть уверены, что производство тетрадей с изображением этих любимых героев (второй тираж) будет пользоваться таким же спросом, как выпуск первого. При этом, как считают руководители крупных предприятий, выпускающих школьные тетради, менять коллекцию необходимо хотя бы один раз в году, хотя некоторые игроки этого рынка обновляют их в течение каждого нового сезона по два или три раза.

Школьные тетради изготавливают из специальной бумаги – писчая бумага № 1. Объём листов должен быть равен 12, 18, 24 листа. Для определения нормативов качества при изготовлении тетрадей руководствуются ГОСТ 54543-2011, в котором прописан порядок маркировки тетрадей [6].

Маркировка школьных тетрадей наносится на четвертой (внешней) стороне обложки или на одной из ее внутренних страниц. В маркировке должны присутствовать:

наименование тетради, количество листов в блоке, размер, вид линовки;

обозначение настоящего стандарта;

штриховой код предприятия-изготовителя (при наличии);

артикул (при наличии);



указания по утилизации: «Утилизируется как бумажная и картонная макулатура»;

номер партии.

Разрешается наноситься маркировку школьных тетрадей с помощью печати. Маркировка должна быть на русском языке или на языке страны члена Таможенного союза. Также для импортной продукции разрешается указывать наименование страны-изготовителя, предприятия-изготовителя и его юридический адрес с помощью латинского алфавита. Допускается дополнять маркировку другой информацией, например, о виде печати, бумаге, авторе рисунков, оформлении (дизайне), а также помещать рисунки, виды линовки и др.

Школьные тетради, как правило, изготавливаются размером 170x205 мм. Предельные отклонения по размерам не должны быть более ± 3 мм, косина – более 2 мм. При необходимости для каждой группы тетрадей утверждают свой эталон в соответствии с ГОСТ 15.009-91.

При производстве тетрадей в зависимости от расположения линий устанавливают следующие виды линовки в:

одну горизонтальную линию с верхним и нижним полями;

клетку без полей; в две горизонтальные линии различной интенсивности с редкими наклонными линиями с верхними и нижними полями;

две горизонтальные линии различной интенсивности.

Школьные тетради следует изготавливать с обложкой из одной детали и видом скрепления листов в блок и блока с обложкой – шитье проволокой внакидку. Концы скоб должны быть полностью загнуты внутрь тетради и прижаты. Скобы, спирали и другие скрепляющие средства тетрадей не должны иметь заусенцев и острых концов во избежание травмирующего действия при пользовании тетрадью.

Обрез торцов тетрадей должен быть ровным и чистым. Углы тетрадей должны быть закругленные или прямые.

Тетради не должны иметь надрывов, помарок, порезов, подтеков клея, отслоений, морщин, складок, пузырей и других дефектов, ухудшающих внешний вид изделия, а также не должны выделять в модельные среды химические вещества, вредные для здоровья детей.

Для проверки качества бумаги используют несколько характеристик: толщина (важно сохранять одинаковую толщину на всей партии товара);

пористость (чем она больше, тем лучше держится типографская краска);

непрозрачность (это важная характеристика для книг и офисной бумаги, газетные листы делают более прозрачными для экономии);



гладкость (эта характеристика улучшает качество изображения за счет лучшего соприкосновения бумажных листов с печатными формами);

прочность (важна для высокоскоростной печати, а также для упаковочных материалов);

устойчивость к истиранию (напрямую влияет на долговечность готовых книг, рукописей, газет);

впитываемость (влияет на скорость проникновения красок).

Исходя из вышеизложенного, в целом ситуация на рынке школьных тетрадей обуславливается спецификой продукции, ведь спрос на тетради даже в условиях кризиса будет предъявляться семьями с детьми. Это одна из тех категорий товаров, когда родители стараются не экономить, поэтому снижение спроса здесь если и произойдет в перспективе, то вряд ли будет существенным.

Список использованных источников:

1. Промышленное производство в России. 2021: Стат.сб./Росстат. – Москва, 2021. – 305 с. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Prom_proiz-vo_2021.pdf (дата обращения 11.05.2022).

2. Российский статистический ежегодник. 2021: Стат.сб./Росстат. – Москва, 2021 – 692 с. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegodnik_2021.pdf (дата обращения 11.05.2022).

3. Промышленное производство основных видов продукции в натуральном выражении в декабре 2021 года – URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_industrial (дата обращения 11.05.2022).

4. Ломоносова, М.В. Переход на «дистанционное обучение» в начальной школе в условиях пандемии covid-19 – поиск оптимальных решений сложных задач / М.В. Ломоносова, А.Ф. Бик // Психолого-педагогическое сопровождение образовательного процесса. Сборник трудов III Всероссийской научно-практической конференции. Симферополь (11-12 декабря 2020 г.). – 2021. – С. 303-308.

5. ГОСТ 12063-89. Тетради школьные. Технические условия – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200015149> (дата введения 1991-01-01) (дата обращения 11.05.2022).

6. ГОСТ Р 54543-2011. Национальный стандарт Российской Федерации. Тетради ученические Общие технические условия Exercise-books. General specifications – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200094534> (дата введения 2013-01-01) (дата обращения 11.05.2022).

© Воронина Н.И., Смирнов С.С., 2022



УДК 336.2:004(476)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НАЛОГОВОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Соколова И.С.

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

В настоящее время процессу цифровизации во всем мире уделяется особое внимание как основной перспективе развития всех сфер деятельности человека. Не остается в стороне от этой тенденции и Беларусь, что подтверждается рядом принятых документов: Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016-2022 годы; Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года; Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы и др. [1, 2].

В частности, комплекс мероприятий государственной программы «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы в области налогообложения включает развитие АИС «Расчет налогов», создание интеллектуальной автоматизированной системы обработки и анализа внутренних и внешних источников данных и др. Заказчиком данных мероприятий выступает Министерство налогов и сборов Республики Беларусь, средства на разработку выделяются из республиканского бюджета (табл. 1) [1].

Таблица 1 – Объем финансирования мероприятий государственной программы «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы в области налогообложения

Всего, BYN	В том числе по годам, BYN				
	2021	2022	2023	2024	2025
30 000 000,00	6 700 000,00	8 200 000,00	5 600 000,00	5 000 000,00	4 500 000,00

Все вышеперечисленное подтверждает безусловную актуальность выбранной темы исследования, целью которого является изучение состояния цифровизации налоговой отрасли в странах СНГ для выявления путей ее совершенствования в Беларуси.

Для достижения поставленной цели выполнен обзор состояния цифровизации налоговой деятельности в странах: Азербайджан, Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Молдова, Россия, Таджикистан, Узбекистан [3].

Было выявлено, что в практической деятельности налоговых органов государств СНГ наибольшее развитие получили следующие направления:

1) работа с клиентами (уменьшение прямых контактов при проведении налоговых процедур, совершенствование спектра предоставляемых услуг, повышение прозрачности процессов);



2) контроль за исполнением налоговых обязательств и соблюдением норм законодательства.

Это позволяет повышать эффективность работы налоговых служб, ускорять рассмотрение документов, контролировать соблюдение налогового законодательства, обеспечивает прозрачность экономической деятельности, своевременность и полноту поступления налогов в бюджеты государств-участников СНГ, повышает качество бюджетного планирования и стабильность государственных доходов. Все вышперечисленное достигается, в том числе, за счет использования современных информационных технологий.

Анализ внедрения различных информационных инструментов обеспечения налоговой деятельности позволил выявить их полный перечень и частоту реализации в названных странах (табл. 2): сайты налоговых служб (9 стран); онлайн-кассы (9 стран); электронные счета-фактуры (9 стран); система прослеживаемости импортных товаров (5 стран); Проект «Asan İmza» (3 страны); система контроля «АСК НДС-2» (2 страны); сервис «НДС-офис интернет-компаний»/«е-НДС» (2 страны); сервис «API Проверка чеков» (1 страна); модуль «Электронный склад» (1 страна).

Таблица 2 – ИТ-разработки в деятельности налоговых органов стран СНГ

	Сайты налоговых служб	Онлайн-кассы	Электронные счета-фактуры	Система прослеживаемости импортных товаров	Сервис «API Проверка чеков»	Система контроля «АСК НДС-2»	Модуль «Электронный склад»	Сервис «НДС-офис интернет-компаний»/«е-НДС»	Проект «Asan İmza»
Азербайджан	+	+	+						+
Армения	+	+	+	+					
Беларусь	+	+	+	+		+		+	+
Казахстан	+	+	+	+					
Кыргызстан	+	+	+	+					
Молдова	+	+	+						
Россия	+	+	+	+	+	+		+	+
Таджикистан	+	+	+				+		
Узбекистан	+	+	+						

Кроме того, был составлен рейтинг стран СНГ по количеству предоставляемых электронных налоговых сервисов, в котором Республика Беларусь заняла 2 место (рис. 1).

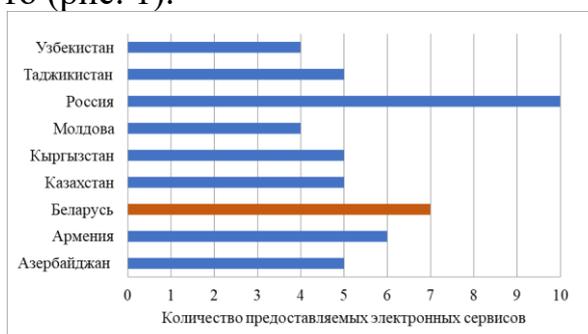


Рисунок 1 – Рейтинг уровня цифровизации налоговой деятельности стран СНГ по количеству предоставляемых электронных сервисов

В Беларуси реализованы первые 7 названных инструментов. Рассмотрим их подробнее:



1. Официальный сайт Министерства налогов и сборов (<https://nalog.gov.by>) предоставляет государственный реестр плательщиков; базу данных по задолженностям налоговых платежей; сервис проверки электронных сертификатов; сервис слежения за ходом электронного обращения; мобильное приложение; сервис «НДС-офис интернет-кампаний»/«е-НДС»; базу данных нормативных и методических материалов для организаций и ИП; налоговый калькулятор; систему контроля торговых автоматов; базу данных надзорных органов и другие [2].

В личном кабинете налогоплательщика, доступ в который также можно получить через этот сайт, предусмотрена возможность предоставлять отчеты и отправлять декларации в электронном виде, предварительно заполнить декларацию перед посещением налогового органа, оплатить налоги банковскими картами или сформировать платежные документы [2].

2. Онлайн-кассы нового поколения подключаются к интернету и с помощью встроенного программного обеспечения передают в режиме реального времени информацию о проведенных кассовых операциях в налоговые органы. Их использование помогает: повысить прозрачность процессов и минимизировать нелегальные операции; соблюдать установленный порядок ведения расчетов; обеспечить полноту учета розничной выручки и уплаты НДС в бюджет [3].

3. В целях осуществления налоговых вычетов по НДС с 2017 года в Республике Беларусь применяются только электронные счета-фактуры. С этой целью был создан единый портал электронных счетов фактур, на котором осуществляется регистрация плательщиков НДС. Механизм электронных счетов-фактур обеспечивает: соблюдение правил налогообложения; минимизацию препятствий по экспорту товаров; сокращение временных и трудовых затрат; уменьшение прямых контактов плательщиков с сотрудниками налоговых органов; создание электронного документооборота; возможность автоматической подготовки предварительной налоговой отчетности; прозрачность транзакций в секторе B2B (бизнес для бизнеса) [3].

4. В большинстве стран СНГ для оперативного выявления случаев незаконного ввоза и оборота товарной продукции используется система прослеживаемости импортных товаров. Система является перспективным проектом в цифровом налогообложении, позволяет идентифицировать товарные потоки по номенклатуре и сообщает о повышении среднерыночных цен [3].

5. Мобильное приложение «Asan İmza», разработанное в Азербайджане и внедренное в Республике Беларусь и России, является проектом, в котором реализованы функции личного кабинета налогоплательщика и предоставлен максимально возможный функционал



сервиса. Оно дает возможность в любой точке мира с помощью мобильного телефона подписывать соглашения, выполнять налоговые обязательства, осуществлять онлайн-регистрацию физических и юридических лиц, использовать электронные подписи при применении депозитного счета НДС и электронных налоговых счетов-фактур [3].

6. Еще одним уникальным проектом является автоматизированная система контроля «АСК НДС-2». Система разработана в ФНС России для контроля за уплатой налогов в секторе В2В и уже доказала свою эффективность в Беларуси. Ее работа основана на автоматическом сопоставлении данных. Благодаря этой системе можно в реальном времени проводить оценку рисков по каждому налогоплательщику и каждой транзакции, сохранять документарный след и формировать налоговую историю плательщиков. Система автоматически выявляет и пресекает попытки уклонения от уплаты НДС или незаконные налоговые операции [3].

7. Сервис «НДС-офис интернет-компаний» предоставляет возможность зарубежным компаниям пройти онлайн-тест и самостоятельно проверить, нужно ли вставать на налоговый учет, а также подать заявление о постановке на учет в налоговых органах и получить доступ в личный кабинет [3].

Таким образом, в работе предложен авторский вариант систематизации данных об уровне цифровизации налоговой деятельности стран СНГ, проанализированы успехи в этой деятельности Республики Беларусь и выявлен перечень разработок, которые можно рекомендовать для внедрения в будущем, а именно: сервис «Проверка чеков», Система контроля НДС, и модуль «Электронный склад».

Список использованных источников:

1. Постановление Совета министров Республики Беларусь 2 февраля 2021 г. №66 «О Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021 – 2025 годы» [Электронный ресурс]: Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь – 2021 – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100066&p1=1>. – Дата доступа: 21.03.2022.

2. Стратегия развития налоговых органов Республики Беларусь на 2021-2023 годы [Электронный ресурс]: Официальный сайт Министерства по налогам и сборам – Режим доступа: <https://www.nalog.gov.by/about/#heading-development-strategy> – Дата доступа: 29.03.2022.

3. О влиянии цифровой экономики на развитие системы налогообложения в государствах – участниках СНГ [Электронный ресурс]: Исполнительный комитет Содружества независимых государств – 08.06.2020 – Режим доступа:



https://cis.minsk.by/news/14899/o_vlijanii_cifrovoj_ekonomiki_na_razvitie_sistemy_nalogooblozhenija_v_gosudarstvah_%E2%80%93_uchastnikah_sng –
Дата доступа: 29.03.2022.

© Соколова И.С., 2022

УДК 339:138

РЕБРЕНДИНГ КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ СОХРАНЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ ВСЛЕДСТВИЕ ПОТЕРИ ЕГО ИМИДЖА

Старкова Д.В.

Научный руководитель Сапрыкина О.А.

Новосибирский технологический институт (филиал)

*федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Новосибирск*

Ежедневно каждый человек, сам того не осознавая, множество раз сталкивается с потребностью воспользоваться определёнными услугами либо приобрести товары. Современный рынок предоставляет потребителю всеобъемлющий выбор, преимущественно потому, что он не находится в состоянии стабильности, а именно: для рынка характерно бесконечное претерпевание изменений. Рынку характерно постоянное возникновение новых предприятий, от которых ожидается превнесение новых и актуальных идей и инструментов, когда, в свою очередь, закрываются неликвидные предприятия, не сумевшие выдержать давление рынка и потребителей и подстроиться под активно изменяющиеся реалии. Такое взаимное замещение даёт потребителю возможность закрывать свои потребности с наибольшей степенью качества, актуальности, полезности, однако тенденция взаимного замещения сильно влияет на уровень конкуренции на рынке, повышая его кратно. О.А. Кусраева отмечает, что «трансформация экономической среды в условиях глобализации рынков, ускоренного развития информационных технологий и широкомасштабного внедрения инноваций сопровождается обострением конкурентной борьбы между компаниями за потребителя» [1, с. 4].

В тот момент, когда будущий предприниматель задумывается об идее запустить свой бизнес и открыть предприятие, он неизбежно сталкивается с рядом вопросов, касаясь названия, идеи, полезности своего предприятия. Какой смысл будет заложен в название, будет ли оно полноценно отражать идею и вид деятельности будущего предприятия, будет ли оно запоминающимся и не затеряется ли оно среди аналогичных предприятий-конкурентов? Как правило, подбор названия и общей концепции



предприятия является одним из ключевых этапов в организации, ведь этот аспект имеет весьма сильное влияние на будущее компании, на особенности её нахождения на рынке. А.О. Орлова отзывается о данном процессе следующим образом: «Создание бренда (брендинг) – это комплекс последовательных мероприятий, который направлен на формирование целостного и востребованного потребителем образа продукта. Это творчество, которое основано на глубоком знании рынка» [2, с. 255]. В совокупности все вышеперечисленные вопросы и аспекты, которыми должен руководствоваться основатель компании, создадут имидж компании, который примет показательное значение, определяющее основательность существования предприятия и его жизненный цикл. В современном мире сложившийся имидж компании имеет весомое значение, предпринимателю, решившемуся на открытие бизнеса, на нём стоит задержать своё внимание и подойти к данному вопросу как можно тщательнее и скрупулезнее. Позиционирование предприятия на рынке влияет на лояльность и отражает уровень возможной заинтересованности целевой аудитории либо уже имеющейся клиентской базы, а также даёт основания предприятиям-конкурентам наиболее здраво оценивать позиции друг друга на рынке, наиболее успешно анализировать и отслеживать ситуацию на рынке. Я.Р. Рамазанова высказывает следующее мнение: «Если бренд грамотно отнесется к позиционированию, то это позволит ему закрепиться в сознании потребителя, как фирме, которой можно доверять, чей товар является наилучшим среди конкурентов» [3, с. 187].

Приняв за основу те условия, когда предприниматель подошёл к позиционированию своего будущего предприятия с достаточно высокой долей ответственности, следует заметить, что, несмотря на некоторую фундаментальность и превосходящую важность правильного позиционирования, оно не предполагает гарантию непоколебимого успеха предприятия, находящегося в условиях конкуренции на рынке. Современный потребитель является наиболее требовательным и рассудительным, чем потребитель, ещё неизбалованный изобилием товаров и услуг, предлагаемых ему повсеместно, как это было несколькими десятилетиями ранее. Также как и среди предпринимателей, наиболее часто встречаются специалисты со знанием дела и пониманием, на какие именно процессы следует сделать особый упор при возникновении потребности в открытии своего предприятия. Отсюда следует, что помимо правильного брендинга и позиционирования руководителю необходимо тщательно следить за жизненным циклом предприятия, мониторить его репутацию, подмечать конкурентные преимущества, работать над сохранением и оттачиванием имиджа, анализировать ситуацию на рынке и то, что он может предложить.



Опираясь на сказанное, смело можно провести аналогию между предприятием и человеком: в начале жизненного пути весьма важно всё то, что вкладывается в человека: его установки, ценности, ориентиры, приоритеты, так же и у предприятия: основу основ составляет позиционирование и брендинг на этапе его основания. Человек, в свою очередь, уже имея фундамент, должен поддерживать своё честное имя, свою репутацию и положение в обществе, аналогичное происходит с компанией. Но что случится, если человек совершит проступок? У него есть шансы реабилитировать себя как личность, однако есть ли такой шанс у компании?

Возникают ситуации, когда компании теряют своё «лицо» в силу определённых обстоятельств, зависящих или не зависящих от них. В таких ситуациях компании достаточно серьёзно грозит вероятность быть ликвидированной, поскольку конкуренция на рынке высока и её задача подавлять слабых, оступившихся. Безусловно, несмотря на негативные проявления описанной ситуации, у компании присутствует возможность восстановить свои прежние позиции на рынке, изменить положение своего бренда и отстоять честное имя своего предприятия.

Одним из вариантов сохранения существования предприятия на рынке является ребрендинг. М.В. Курилкина даёт следующее определение ребрендинга: «Это изменение бренда. Является одним из инструментов маркетинга, характеризуется сменой названия или логотипа компании, её идеи или, к примеру, обновлением визуального оформления бренда, выбором новой рекламной стратегии» [4, с. 70]. Ребрендинг следует понимать не столько как возможность выбраться из ямы, в которой оказалась компания вследствие негативной ситуации. Ребрендинг скорее даёт возможность компании начать жизнь с нового листа, избрать новый вектор развития, при необходимости поменять позиционирование, концепцию, таким образом буквально создав нечто новое. Если продолжать нить ассоциации компании с человеком, то это похоже на ту ситуацию, если бы человек оборвал все имеющиеся у него связи, изменил имя в паспорте и поменял место жительства. Такой инструмент можно считать универсальным и, несмотря на разнообразие форм его применения и масштабность изменений, весьма щадящим для бизнеса. Ребрендинг не подразумевает под собой фиксированный набор действий и конечную цель. Предприниматель имеет возможность исходя из потребностей своей компании, её положения на рынке и в конкурентной среде, сложившейся ситуации скорректировать объём потенциальных изменений. Решение применить данный инструмент вследствие потери репутации либо порчи имиджа компании позволяет решить сразу несколько задач:





сохранение аудитории потребителей, оставшейся лояльной к преобразуемому бренду независимо от произошедших негативных ситуаций;

создание условий для привлечения к обновлённому бренду свежей лояльной целевой аудитории;

возможность дополнительно при помощи применения ребрендинга обновить и актуализировать позиционирование компании, что дополнительно повышает её конкурентоспособность и устойчивость к стремительно меняющемуся рынку.

Однако стоит отметить, что несмотря на то, что ребрендинг является весьма подходящим вариантом для устранения ряда проблем, он не является панацеей. Потеря имиджа бренда – это, безусловно, весьма неприятное событие, которое ставит под сомнение дальнейшее существование компании не только в физическом, но и в моральном плане. В данных условиях следует проявить внимательность и рассудительность, адекватно оценить ущерб, нанесённый репутации компании и проанализировать, готов ли рынок принять её в обновлённом формате даже при условии того, что произойдут фундаментальные изменения в позиционировании и брендинге и существование начнётся «с чистого листа». Существует вероятность того, что ребрендинговая компания будет за собой тянуть негативные ассоциации с компанией, прежде потерявшей репутацию. Также, вероятно, ребрендинг не сможет быть проведён недоступно для глаз посторонних, что также может вызвать резонанс.

Одной из тенденций современного мира является борьба за внимание потребителей: компания должна с момента основания и в течение всего времени не только следить за своей конкурентоспособностью и актуальностью, но и обращать внимание на свою репутацию и соответствующий имидж. Однако в ситуации, когда компания совершила проступок, на помощь может прийти такой инструмент, как ребрендинг. Ребрендинг способен провести перезагрузку компании, освежить её облик, переформировать фундамент, на котором компания держится, позволить компании избежать ухода с рынка, однако при этом стоит уделить особое внимание вопросу о том, насколько действительно сильный ущерб репутации компании был нанесён.

Список использованных источников:

1. Кусраева, О.А. Бренд-ориентированность компании: разработка и тестирование шкалы измерения на примере российского потребительского рынка / О.А. Кусраева, В.А. Ребязина, С.А. Старов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2020. – № 1. – С. 3-33.

2. Орлова, А.О. Роль позиционирования в создании бренда / А.О. Орлова, Т. Ларина // Экономика России в XXI веке: сборник научных трудов XII Международной научно-практической конференции «Экономические





науки и прикладные исследования», г. Томск, 17-21 ноября 2015 г. – Томск: Изд-во ТПУ. – 2015. – С. 255-260. – URL: http://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/15421/1/conference_tpu-2015-C40-V2-051.pdf (дата обращения 12.05.2022).

3. Рамазанова, Я.Р. Современные методы позиционирования бренда: разработка концепции / Я.Р. Рамазанова // Пути повышения результативности современных научных исследований: сборник статей Международной научно-практической конференции (4 июня 2019 г., г. Казань). В 4 ч. Ч. 1 / – Уфа: omega science. – 2019. – С. 185-189.

4. Курилкина, М.В. Ребрендинг как альтернатива ликвидации бизнеса // Economics. – 2018. – №3 (35). – С. 70-72.

© Старкова Д.В., 2022

УДК 677.074

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ

Стасюк К.Д., Филатов В.В.

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

Значимость выбранной темы обуславливается происходящими в России социально-экономическими и политическими преобразованиями, влекущие потребность осмысления и улучшения более важных ее государственных институтов. Одним из базовых институтов экономики считается таможенная служба. Таможенной службе, исполняющей как правоохранительные, так и фискальные функции, относится ключевая роль в процессе обеспечения экономических интересов страны. Участвуя в регулировке внешнеторгового оборота, таможенная служба постоянно пополняет госбюджет и также содействует решению экономических вопросов.

Главной задачей развития Российской Федерации в настоящий период считается переход к модели динамичного и стабильного экономического роста на основе повышения эффективности работы госинститутов, повышения уровня конкурентоспособности российской экономики, диверсификации производства и вывоза [5].

Одним из важных условий увеличения конкурентной способности экономики и обеспечения стабильного формирования считается увеличение эффективности государственного управления за счет выполнения административной реформы, улучшения способов бюджетирования, трансформация от «планирования ресурсов» к «планированию



результатов». Направленность управления на достижение конкретных целей определяет повышение значимости и места использования концепции стратегического управления в таможенных органах, а динамичность и неопределенность влияния условий внешней среды на функционирование и формирование таможенной службы РФ объясняет актуальность применения концепции стратегического управления в регулировке этих процессов [1].

Комбинации и технологические процессы стратегического менеджмента, отработанные в коммерческих компаниях, достигших преуспевания, со временем вводятся в практику управления государственными органами. С точки зрения стратегического менеджмента стираются пределы между коммерческими и некоммерческими организациями, так как большая часть приемов и методов эффективного стратегического менеджмента коммерческих организаций актуальны и для госорганов [8].

Федеральная таможенная служба на сегодняшний день находится на стадии реформирования, целью которого является качественное увеличение результативности регулирования сферой внешнеэкономической деятельности РФ, развитие условий устойчивой, подходящей среды для внешнеторговых отношений, создание современных и универсальных инструментов таможенного регулирования и контроля.

Основными условиями общемирового характера, непосредственно воздействующими в развитии философии и политики в области таможенного дела, считаются: стабильная направленность интегрирования разных стран мира в политико-экономические альянсы и организации и тенденция глобализации процессов производства, торговли и финансово-экономических процессов [2].

В регулярно меняющихся условиях современного мира таможенные учреждения должны совершенствоваться, и это развитие становится не только результатом естественной эволюции, но и итогом целенаправленных стараний их руководства. В соотношении «управление функционированием (деятельностью) – управление развитием» в последнее десятилетие все больший удельный вес и большую значимость приобретает управление развитием. В связи с этим меняется также сущность управленческой деятельности: оно в меньшей степени ориентировано на администрирование, а в большей на преобразование.

Главные элементы управления развитием таможенной службы – это развитие видения, обнаружение направлений и задач, установление стратегии, создание концепций и планов развития, управление этим процессом.

Политика в области таможенного дела формирует основу стратегического управления, содержащего решение трех взаимосвязанных задач: развитие отношений таможенной службы РФ с участниками ВЭД и



иными резидентами предпринимательского сообщества, а также с таможенными органами различных государств, правоохранными и контролирующими органами нашей страны и мировых держав; улучшение внутренних институтов таможенной службы, которое позволяет правильно отвечать на перемены в окружающей среде и приспосабливаться к ним, применяя их в собственных целях; осуществление спланированных в рамках разработанной стратегии изменений (с помощью использования программно-целевых методов) [9].

Следуя из логического рассуждения, оттолкнемся от вопроса: какие можно предложить направления и перспективы развития таможенной службы? Осуществление концепции развития таможенных органов РФ создала основу с целью предоставления интересов страны в таможенной сфере, противодействия угрозам экономической защищенности и формирования благоприятных условий для импорта и экспорта. Последующее совершенствование гарантируется через развития универсальных инструментов и установление показателей эффективности деятельности в зависимости от динамично изменяющейся внешней среды и внутренней политики государства [4].

Так, разработан план мероприятий на период 2021-2024 гг. по реализации Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года, утвержденной постановлением Правительства РФ от 23 мая 2020 г., разработан в целях осуществления положений Стратегии и миссии Федеральной таможенной службы (ФТС) помощь развитию международной торговли, увеличению товарооборота и несырьевого экспорта, обеспечение национальной защищенности России, полноты и правомерности взимания таможенных платежей, достижение высокого качества таможенного администрирования, формирование конкурентоспособности для законопослушных участников внешнеэкономической деятельности (ВЭД). Осуществление Стратегии осуществляется в 2 этапа: 2021-2024 годы; 2025-2030 годы [7].

Принимая во внимание одну из целей Стратегии – переход от электронной таможни к таможне интеллектуальной, осуществление мероприятий, предусмотренных планом, направлена на полномасштабную цифровизацию и автоматизацию деятельности таможенных органов, в том числе: внедрение искусственного интеллекта; применение международных электронных систем верификации и сертификации происхождения товаров; автоматизацию процесса контроля данных о перемещаемых товарах и о внешнеторговых сделках; автоматизацию таможенных операций по администрированию денежных средств, поступающих на счета Федерального казначейства и предназначенных с целью уплаты таможенных пошлин, налогов и иных платежей, взыскание которых возложено на таможенные органы, и администрированию обеспечения



исполнения обязанности по уплате таможенных пошлин, налогов, специальных, антидемпинговых, компенсационных пошлин; формирование и обеспечение удобства и бесперебойного функционирования интерактивных сервисов взаимодействия таможенных органов с участниками таможенных правоотношений; развитие информационного взаимодействия на базе встроенной информационной системы Евразийского экономического союза (далее ЕАЭС) с помощью национальных механизмов «единого окна», сконцентрированного на использовании разрешительных документов и иной таможенно-значимой информации в электронном варианте при совершении таможенных действий и таможенного контроля, в том числе в целях обеспечения соблюдения запретов и ограничений; повышение результативности работы с преступлениями и административными правонарушениями, отнесенными законодательством РФ к зоне ответственности таможенных органов, в том числе с применением новейших цифровых платформ, а также технологий; поэтапное формирование информационно-программных комплексов, применяемых право-охранительными подразделениями таможенных органов, введение новых компонентов автоматизации административного следствия и дознания, распоряжения собственностью и исполнения постановлений уполномоченных органов; увеличение уровня экспертных возможностей; создание международной договорно-правовой основы как базы взаимодействия с иностранными таможенными и иными компетентными ведомствами, позволяющей осуществлять обмен данными, в том числе через Интернет, реализацию совместных проектов и мероприятий, взаимодействие по ключевым тенденциям деятельности таможенных органов; повышение уровня оснащенности таможенных органов, формирование социальной сферы, кадровых возможностей.

Таможенно-тарифная политика России в 2021 году проводится в условиях, когда происходит восстановление роста мировой и российской экономики, и, к сожалению, в условиях сохраняющейся санкционной политики в отношении нашей страны. Кроме того, сейчас на таможенно-тарифную политику РФ, являющейся участницей евразийской интеграции, большое воздействие оказывает распространение коронавирусной инфекции COVID-19, и конечно же, последствия, которые за собой приносит мировая пандемия для осуществления процесса единого таможенного регулирования и таможенной политики. Наиболее подробный перечень элементов системы возможных мер таможенного регулирования представлен классификацией Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) [3].

Можно сделать вывод о том, что в настоящее время таможенно-тарифная политика ЕАЭС и Российской Федерации проводится при вероятных условиях замедления мировой и отечественной экономики,



сохраняющихся рисках ухудшения финансово-экономического положения российских производителей. Осложнение торговых отношений с Западом в связи с проведением санкционной политики в отношении России делает прогноз развития торговли неопределенным, что также создает риски для объединенного рынка ЕАЭС. Также, мировая пандемия COVID-19, ворвавшаяся в жизнь человечества в декабре 2019 года, сыграла огромную роль в осложнении и ухудшении развития таможенной политики стран-членов ЕАЭС. В этих условиях таможенная политика должна быть направлена на поддержку конкурентоспособности производителей, стимулирование инвестиционных процессов в экономике, а также способствовать сдерживанию роста внутренних цен, обеспечивать фискальную функцию бюджета, сокращать прямые и косвенные издержки операторов ВЭД [10].

Также следует отметить работу О.В. Ковальчук, в которой говорится, что «...сложная структура состава элементов таможенной системы и инфраструктуры, обеспечивающей ее функционирование» является проблемой совершенствования таможенной деятельности. Причем данная система нуждается в существенном уровне повышения ее гармонизации и скоординированной деятельности в направлении решения задач совершенствования внешнеэкономической деятельности [6].

Наличие подобной сложной инфраструктуры, для регулирования которой разрабатывается и используется система правовых норм, препятствует упрощению цепочки внешнеэкономических операций, затрудняет выполнение контрольных функций, приводит к потерям времени и дополнительным финансовым издержкам.

В связи с этим, целесообразным будет предложить использование единой автоматизированной информационной системы таможенных органов, а также разработку и внедрение единых стандартов таможенного администрирования, соответствующих международным нормам с целью повышения эффективности деятельности участников ВЭД [10].

Таким образом, таможенные органы и отдельные составные части системы таможенных органов представляют видную и одновременно свою специфическую значимость в ходе таможенной деятельности. Состав таможенных органов ориентирован на успешное осуществление внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации, а также увеличение роли России в международной экономике.

Последующее формирование партнерства и сотрудничества с таможенными службами иностранных государств и зарубежными организациями позволит расширить и укрепить договорную правовую основу таможенного сотрудничества в двустороннем и многостороннем формате, стимулировать работу по взаимодействию таможенных служб России с другими странами СНГ и дальнего зарубежья, уделяя внимание



сближению норм таможенного законодательства, развитию информационных технологий и упрощению порядка перемещения через таможенную границу Таможенного союза товаров и транспортных средств.

Список использованных источников:

1. Бурчик Н.Е., Нечаев Б.П. Совершенствование таможенного администрирования в рамках Таможенного Союза. Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» Москва, 2022. С. 9-13

2. Журавлев М.В., Бузулуцкая М.В. Основные направления и перспективы развития ФТС. Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» Москва, 2022. С. 14-17

3. Ошиткова Д.С., Бузулуцкая М.В. Перспективы развития межгосударственного регулирования в рамках Таможенного Союза. Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» Москва, 2022. С. 101-105

4. Скоробогатский А.В., Нечаев Б.П. Система мониторинга как инструмент повышения качества таможенных услуг. Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» Москва, 2022. С.119-122

5. Чупракова С.Г., Нечаев Б.П. Совершенствование таможенного администрирования в условиях глобализации экономики. Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» Москва, 2022. С. 155-159

6. Ковальчук, О.В. Проблемы и перспективы развития системы таможенных услуг в Российской Федерации // О.В. Ковальчук / Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6.

7. Косикова Ю.А., Филатов В.В., Мишаков В.Ю., Кудрявцев В.В., Положенцева И.В., Фадеев А.С. Анализ внешнеторговой политики Российской Федерации и предложения по увеличению ее эффективности. Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2020. № 3 (387). С. 5-10.

8. Косикова Ю.А., Филатов В.В., Мишаков В.Ю. Теоретические аспекты построения государственной внешнеторговой политики РФ. Дизайн и технологии. 2021. № 81 (123). С. 95-99.

9. Постовой И.Р., Филатов В.В., Нечаев Б.П. Анализ рыночных принципов экономики таможенного дела. В сборнике: Сборник научных трудов Международного научно-технического Симпозиума «Экономические механизмы стратегического управления развитием промышленности» III Международного Косыгинского Форума «Современные задачи инженерных наук». Москва, 2021. С. 97-103.



10. Филатов В.В., Безпалов В.В., Мишаков В.Ю., и др. Моделирование бизнес – процессов в сфере внешнеэкономической и финансовой деятельности. Учебник, Москва, 2020.

© Стасюк К.Д., Филатов В.В., 2022

УДК 331.104.22

РОЛЬ СОЦИАЛИЗАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Стегний С.И., Горский А.А.

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

В статье рассматривается взаимосвязь между социализацией и управлением карьерой, которая определяется тем фактом, что социализация является основой эффективной карьеры персонала в организации. Технология процесса социализации представлена как основа эффективной карьеры персонала, которая предполагает прохождение определенных этапов. Предложены показатели для оценки эффективности этого процесса.

Одним из элементов системы управления персоналом в организации является управление социализацией, которая необходима для того, чтобы сотрудник был удовлетворён работой, коллективом, условиями труда. Формирование таких важнейших установок персонала, как удовлетворённость трудом, вовлечённость в работу, приверженность организации ведёт к росту его активности, инициативности, ответственности, вовлечённости в дела и проблемы организации, а, в конечном счёте – к росту эффективности своих показателей. В современных организациях ответственность за успешную адаптацию лежит не только на руководстве, но и на самом работнике, который должен уметь приспосабливаться к быстро меняющемуся окружению посредством постоянного развития профессиональных знаний и навыков, а также личностного роста. Способность приспосабливаться к изменяющимся обстоятельствам и реагировать на них становится залогом эффективной карьеры работников.

Карьера – это индивидуально осознанная последовательность отношений и поведений, связанных с работой на протяжении жизни человека [1, с. 577]. Иными словами, можно сказать, что карьера определяется последовательностью и продолжительностью занимаемых работником должностей. Причём, эта последовательность отражает изменение в лучшую сторону знаний, навыков, способностей, уровня профессионализма, размеров вознаграждения, ожидаемых возможностей самоактуализации и удовлетворённости трудом. Основой успешной



карьеры работников является эффективная социализация, которая также является элементом системы управления персоналом в организации.

Эффективная социализация личности в организации означает, что новый работник адаптировался к существующей организационной культуре организации, разделяет её ценности и нормы требуемого поведения; стал не только равноправным и активным членом организации, но и её гражданином и патриотом, овладел, к тому же, необходимым объёмом знаний и навыков; освоил профессиональную и, что немаловажно, социальную роли; имеет высокие показатели результативности труда; ощущает справедливость своего вознаграждения; признаёт благоприятными условия реализации своего потенциала; ценит усилия организации в решении своих проблем; осознаёт свои обязанности и ответственность за решение организационных проблем, связывает своё дальнейшее развитие и карьеру с работой в данной организации [2, с. 127].

Процесс социализации продолжается в течение всего периода взаимодействия личности и организации и связан с развитием карьеры. Это обусловлено тем, что потребности и цели организации и личности меняются, поэтому и работники, и организации должны взаимно приспособляться к ним. Начинается он с первого дня пребывания сотрудника в компании, но выделяют еще один, дополнительный, этап социализации сотрудника. В конечном счёте можно говорить о трёх ступенях данного процесса: предварительная социализация для вхождения и ухода работников; согласование; ролевое управление [3, с. 89].

Первая стадия включает все виды деятельности, которыми человек занимался до вступления в организацию или перед переводом на другую работу в данной организации. В связи с этим построение карьеры начинается уже на первой стадии социализации, когда работник только определяет свои перспективы развития в данной организации и возможности карьерного роста. На этом этапе необходимо обеспечить соответствие между личностью и организацией, личностью и работой. Для этого организация должна предоставить полную и правдивую информацию о себе и работе, а работник должен объективно оценить свои способности, компетентность, личностные качества, тогда не возникнет завышенных ожиданий, которые могут отразиться на его удовлетворённости, результативности и лояльности к организации. На первом этапе составляется план развития карьеры, перечень тех позиций, которые работник хочет и может занимать в процессе карьерного роста.

На второй стадии социализации, когда работник принят на работу и приступил к выполнению своих обязанностей, он сталкивается с реальной действительностью и сравнивает её со своими ожиданиями. Необходимо понимать, что на этой стадии происходит изменение поведения личности и/или организации, в связи с чем могут возникнуть проблемы,



препятствующие адаптации личности. В результате у работника возникает состояние тревоги, сопротивляемости, стресса, поиска выхода, возникновение потребности в более активном освоении необходимых ценностей, знаний и ролей. Продуманная программа обучения, подготовки, повышения квалификации работников наряду с объективной оценкой результатов работы создаёт предпосылки реализации плана развития карьеры.

Третья стадия связана с решением всех текущих и стратегических проблем управления личностью, возникающих в середине карьеры в процессе её непрерывной социализации в организации в связи с изменением ролей, связанным с новой должностью, карьерным ростом, изменениями в личной жизни и др. [4, с. 415-416].

После принятия человека на работу руководство должно поспособствовать успешной и плавной адаптации персонала (табл. 1), что тоже является частью социализации.

Таблица 1 – Виды адаптации персонала на предприятии

Вид адаптации	Описание
Социальная	знакомство с «атмосферой компании», интеграция в социальную среду, принятие норм поведения, активное взаимодействие с этой средой
Производственная	включение сотрудника в процесс производства, изучение трудовых норм и производственных условий
Профессиональная	приобретение новых знаний и умений, необходимых на новом месте работы, оценка перспектив роста, возможность обучения и повышения квалификации
Физиологическая	приспособление к новым условиям работы, графику, нагрузкам
Психологическая	построение отношений с коллективом и руководством
Организационная	изучение механизмов взаимодействия в организации
Экономическая	процесс привыкания к системе материального стимулирования, уровню оплаты

Успешность адаптации зависит от целого ряда условий:

качественный уровень работы по профессиональной ориентации потенциальных сотрудников;

объективность деловой оценки персонала (как при отборе, так и в процессе трудовой адаптации работников);

отработанность организационного механизма управления процессом адаптации;

престиж и привлекательность профессии, работы по определенной специальности именно в данной организации;

особенности организации труда, реализующие мотивационные установки сотрудника;

наличие отработанной системы внедрения новшеств;

гибкость системы обучения персонала, действующей внутри организации;

особенности социально-психологического климата, сложившегося в коллективе;

личностные свойства адаптируемого сотрудника, связанные с его психологическими чертами, возрастом, семейным положением и т.п. [2, с. 130].



Каждый процесс в организации должен оцениваться с точки зрения его эффективности и социализация – не исключение. Оценивать эффективность данного процесса можно, используя следующие показатели:

- повышение производительности и результативности труда;
- рост удовлетворённости работой;
- снижение текучести кадров;
- средний стаж работы в организации;
- соотношение сотрудников, принятых на ключевые должности извне, с теми, кто продвинулся по служебной лестнице до этой должности в рамках организации;
- продолжительность занимаемых работником должностей;
- уровень и темп роста оплаты труда и дополнительных льгот;
- работа над новыми проектами, решением новых, более сложных проблем.

Эффективность социализации – это степень удовлетворённости последовательностью отношений в карьере. Признаками эффективности карьеры в таком понимании являются её результативность, карьерные отношения и адаптируемость [4, с. 579].

Социализация предполагает погружение сотрудника в новую среду, понимание им правил поведения, взаимодействие в коллективе, принятие корпоративных норм, установку отношений с коллегами и партнерами.

Процесс социализации, как правило, обоюдный: организация оценивает сотрудника, а сотрудник – организацию. На поиски подходящего специалиста, особенно высококвалифицированного, тратится много времени, поэтому каждый работодатель заинтересован в том, чтобы сотрудник как можно быстрее начал работать с максимальной эффективностью и приносить пользу.

Список использованных источников:

1. Виханский, О. С., Наумов, А. И. Менеджмент: Учебник. – 7-е изд. – М.: Гардарики, 2018. – 528с.
2. Никитина, О.А., Слободяник, Т.М. О показателях оценки эффективности организационной структуры управления // Научный альманах. 2017. № 2-1 (28). С.190.
3. Устиненков, А.В. Основные этапы моральной социализации личности / А.В. Устиненков // Позитив. Философские проблемы науки и техники. 2019. № 8 (8). С. 161.
4. Осовская, Г. В., Осовски, О. А. Основы менеджмента. Учебное пособие. – К.: «Кондор», 2018 г. – 664 с.

© Стегний С.И., Горский А.А., 2022



УДК 658

ЦИФРОВОЙ КРИЗИС В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕПРИЯТИЯ

Степанова В.А., Огурцова Н.С.

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

Цифровизация общества и экономики открывает новые возможности для разработки предприятиями организационных, рыночных и технологических инноваций. Эти возможности создаются за счет накопленного обществом объема цифровых данных и совокупности информационных технологий (ИТ). ИТ создали импульс для разработки инноваций в постиндустриальной фазе развития общества, когда ИТ позволили совершенствовать информационные виды экономической деятельности, повышать производительность труда, эффективность производства, а главным образом обеспечить рост экономики. В настоящее время ИТ-направление инновационной деятельности все еще сохраняет свою актуальность для многих предприятий в России и за рубежом. Широкое распространение ИТ, наличие развитой ИТ-инфраструктуры создает основу для перехода экономики на новый этап использования ИТ-цифровизацию.

Основу цифровизации общества составляет ИТ-инфраструктура, позволяющая любому предприятию задействовать совокупность ИТ в своей деятельности для разработки инноваций или сбора и обработки цифровых данных. Совокупность ИТ включает корпоративные и персональные вычислительные устройства, в том числе мобильные, обеспечивающие гражданам мгновенный доступ к разнообразным цифровым сервисам. ИТ-инфраструктура обеспечивает эти устройства линиями связи между собой и с центрами обработки данных.

Благодаря глубокому проникновению ИТ практически во все виды экономической деятельности и сферы жизни общества возрастают темпы накопления информации и данных. Большие массивы информации и данных становятся экономическим ресурсом для решения прикладных и научных задач.

Многие страны выбрали цифровизацию как вектор социально-экономического развития. Однако стремление Правительства РФ перевести экономику страны на цифровой путь развития встречает много скептических предостережений от экспертов из разных областей. Касперская Н.И. предупреждает о грядущей цифровой колонизации российских граждан, которая создает новые угрозы информационной и



кибербезопасности [1]. Ключевой проблемой может стать зависимость российских предприятий от зарубежных разработчиков ИТ и программного обеспечения.

Научная школа Ведуты Е.Н. раскрывает опасности следования глобальным тенденциям цифровизации для российского общества из-за отсутствия системы долгосрочного планирования развития экономики и угрозы экономической зависимости от зарубежных корпораций [3].

Несмотря на то, что эксперты отмечают появление новых угроз связанных с цифровизацией для информационной безопасности, появлением цифрового барьера в научно-техническом и социально-экономическом росте, никто из них не призывает к отказу от цифрового пути развития. Эксперты и ученые единодушны в том, что цифровизация является сложным явлением, требующим разработки методологического подхода к извлечению конкурентных преимуществ для образования, науки и экономики страны в целом.

Задача исследования заключается в изучении феномена цифрового кризиса и его последствий для инновационной деятельности предприятий. Цифровизация общества должна приводить к появлению инновационных товаров и услуг.

К изучению проблемы кризиса в экономике исследователи обращаются постоянно. Отмечается, что циклический характер научно-технического прогресса с одной стороны служит импульсом для инноваций [2], а с другой – причиной для нового кризиса [1]. В наши дни происходит смена этапа использования ИТ в обществе и экономике с информатизации на цифровизацию. В настоящее время предприятиям необходимо вести инновационную деятельность для использования новых возможностей цифровизации, а не преодолевать последствия цифрового кризиса.

Рост объема цифровых данных. Наиболее заметной тенденцией развития информационного общества является рост объемов накапливаемой информации. Дерек Прайс, английский ученый, сформулировал в середине XX столетия закон экспоненциального роста объема накапливаемой информации, который гласит – «чем эффективнее происходит передача информации, тем интенсивнее происходит ее накопление» [2]. Однако рост объема информации в это время был обусловлен увеличением числа специалистов, участвующих в создании и распространении информации.

Современные объемы информации, которые принято обозначать как «цифровые данные» создаются благодаря обширной ИТ-инфраструктуре. Термин «цифровые данные» позволяет сделать акцент на цифровой форме информации, благодаря которой упрощается ее автоматизированная обработка. Термин «информация» является родовым для понятий данные, знания и включает любые сведения «независимо от формы их



представления» [3]. Цифровая форма передачи и накопления информации в настоящий момент времени является практически повсеместной, в редких случаях она может быть аналоговой.

Основу ускорения темпов накопления цифровых данных составляет цифровизация общества. На предыдущих этапах использования ИТ в экономике и обществе также возрастал объем данных, но значительно меньшими темпами из-за высокой стоимости сбора структурированных данных в условиях.

По мере распространения ИТ и вовлечения больше половины населения планеты во Всемирную паутину (более 4 млрд. людей являются интернет-пользователями [3]) возрастают темпы роста объема накапливаемых данных за счет увеличения количества взаимодействий людей с цифровыми платформами (социальные медиа, цифровые сервисы заказа товаров и услуг и др.). По данным американской исследовательской компании IDC каждый интернет-пользователь в среднем в течение одного дня производил в 2021 г более 500 контактов с цифровыми платформами. К 2025 г. количество таких взаимодействий на душу населения прогнозируется около 5000, что составляет примерно 1 контакт каждые 18 секунд. Само взаимодействие с технологиями может быть незаметным для человека за счет распространения интернета-вещей, увеличение носимых и используемых людьми устройств, таких как смартфоны, смарт-часы, фитнес-браслеты и другие.

Исследователи XX в. видели опасность информационного кризиса в том, что значительная часть информационного потока остается без осмысления, анализа, обработки человеком, а значит, ведет к утрате знаний, содержащихся в части информационного потока, которая была проигнорирована. Станислав Лемм говорил о том, что возрастающий объем информации «может затормозить рост науки, если в умственной сфере не совершим такой же переворот, какой совершили в сфере физического труда за последние два столетия» [1].

ИТ рассматривались многими учеными [2,3] как инструментальный преодолению «информационного кризиса» за счет распространения достижений ИТ-революции, к которым относятся персональные компьютеры и Всемирная паутина. Совершенствование ИТ было направлено в том числе на то, чтобы обеспечить обработку возрастающего объема информации. Однако объем информации, включая цифровые данные возрастал значительно быстрее, чем возможности ИТ по их обработке. Накопление данных происходит опережающими научно-технический прогресс темпами. В настоящее время каждый современный человек каждый момент своей жизни осознано или нет, но игнорирует значительную часть доступных ему сведений.



Таким образом, неспособность современной ИТ-инфраструктуры обеспечить предприятиям эффективный доступ к накопленным объемам цифровых данных будем обозначать как цифровой кризис.

Выводы ученых теоретиков, прогнозировавших наступление цифрового кризиса, нашли подтверждение в результатах современных исследований цифровизации и ИТ-индустрии. В отчете компании IDC приводятся сведения о том, что только 1% цифровых данных в 2018г. каким-либо образом обрабатывался [3]. Должен вызывать настороженность еще один вывод экспертов о том, что обеспечивается безопасностью только 20% собранных данных. Таким образом, в настоящее время 99% цифровых данных остались неиспользованными и необработанными, а 80% незащищенными.

Использование цифровых данных в качестве экономического ресурса требует от предприятия решения помимо технической задачи доступа к ним ряда экономических задач. Экономические задачи применения цифровых данных включают:

- расчет ценности и стоимости цифровых данных для предприятия;
- определение имущественных и иных прав на цифровые данные;
- обеспечение сохранности и конфиденциальности данных в соответствии с законодательными требованиями.

Снижение эффективности работы с информационными ресурсами, в целом, приводит современные предприятия к убыткам и упущенной выгоде. Результаты исследования, проведенного среди компаний США, исследовательской компанией IDC показывают, что сотрудники, вовлеченные в интеллектуальные виды деятельности (knowledge worker), тратят от 15% до 35% своего рабочего времени на осуществление доступа к данным [1]. При этом им удается получить необходимые сведения в менее половины случаев, что приводит к необходимости собирать недостающие данные.

Отсутствие доступа к данным вовсе не означает отсутствие самих данных в ИТ-инфраструктуре экономики. Часто невозможность получить доступ обусловлена наличием барьера в виде цифрового кризиса, отсутствия нужной компетенции или технологии доступа на предприятии. Соответственно предприятие приходит к необходимости дублировать сбор цифровых данных, что, как правило, значительно дороже приобретения у провайдеров готовых массивов данных.

По оценкам IDC ежегодно компании теряют минимум 6 млн. долл. США только на доступе к данным и 12 млн. долл. США на дублирование информации, которой уже владеют [1].

Трудности доступа к цифровым данным вызывают внешние факторы, такие как быстрый рост объема данных, отсутствие их систематизации, несовершенство технологий по работе с ними, но также и внутренние



факторы, включая внедрение ИТ в деятельность предприятия и компетенции по их использованию.

Внутренние факторы предприятия, несомненно, влияют на организацию деятельности предприятия, в том числе на эффективность применения ИТ. Неожиданные результаты исследования компании Bain&Company были опубликованы в журнале Harvard Business Review о том, что внедрение ИТ на предприятии может отрицательно влиять на производительность труда [1]. Выводы исследователей построены на том, что внедрение ИТ, главным образом электронных средств коммуникации в управленческие процессы предприятия привело к резкому росту количества получаемых сообщений и контактов для выполнения должностных обязанностей сотрудниками.

Результаты [1] исследования показали, что произошло перераспределение рабочего времени в пользу решения информационных задач. Например, менеджер среднего звена 45% своего рабочего времени принимает участие в совещаниях, 23% – занимается обработкой своей электронной корреспонденции. Увеличение числа согласований при принятии решений по сравнению с концом XX в. привело к увеличению сроков выполнения ИТ-проекта на 30%, приема сотрудников на работу на 50%, а заключения договоров с новыми клиентами на 25%.

Таким образом, складывается парадоксальная ситуация, когда технологии, внедрение которых является требованием современной внешней среды, приводят предприятия к отрицательным эффектам и убыткам. Научные и образовательные материалы приводят многочисленные свидетельства о низком проценте успешных ИТ-проектов и высоких рисках их реализации [1]. По некоторым оценкам только 16% ИТ-проектов могут быть признаны успешными, а именно они выполнены в срок, в рамках выделенного бюджета и достигли ожидаемых результатов. Соответственно большая часть ИТ-проектов имеет признаки неуспеха: превышение срока выполнения, утвержденного бюджета, отсутствие ожидаемых результатов.

Многолетние статистические наблюдения показывают, что научно-технический прогресс приводит к интенсификации информационного потока, в который включаются в настоящее время цифровые данные. Возможности по сбору и хранению цифровых данных многократно возросли благодаря обширной ИТ-инфраструктуре. Каждый человек оставляет многочисленные «цифровые следы» в центрах обработки данных во время использования своих мобильных устройств, цифровых сервисов или городских услуг. Растет сеть устройств, подключенных в интернете-вещей, где формируются массивы данных без участия человека. В результате увеличивается скорость накопления цифровых данных, их объем и разнообразие доступных форматов для представления информации.



Международные и национальные инициативы по развитию цифровой экономики рассматривают динамичный массив цифровых данных как экономический ресурс для повышения производительности, экономической эффективности и роста экономики в целом. Современные интеллектуальные ИТ позволяют извлекать новые знания из больших объемов данных, ранее практически недоступных для обработки человеком. Доступ к цифровым данным позволяет предприятиям создавать инновации в бизнес-моделях, управлении предприятием, продвижении своих товаров и услуг в цифровом пространстве, а также создавать технологические инновации.

Список использованных источников:

1. Гаврилюк, А.В. Развитие культуры инновационной деятельности в организации/А.В. Гаврилюк// Государственное управление. Электронный вестник. – 2019. – С. 2-3.

2. Касперская Н.И. Цифровая колонизация. Парламентские слушания «Формирование правовых условий финансирования и развития цифровой экономики» Февраль 2018 г. Электрон. ресурс: https://prezi.com/jagyhsgrqirt/presentation/?utm_campaign=share&utm_medium=copy (Дата обращения: 15.04.2022).

3. Малинецкий Г.Г. Блеск и нищета цифровой реальности // Научные труды Вольного экономического общества России. 2022. Т. 210. № 2. С. 44-62.

© Степанова В.А., Огурцова Н.С., 2022

УДК 338

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

Столярова А.Л.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Казанский государственный энергетический университет», Казань

Научный руководитель Макарова Е.Б.

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Заинский политехнический колледж», Заинск

Под состоянием экономики, позволяющей обеспечивать удовлетворение общественных потребностей, избегая неблагоприятные воздействия и принесение ущерба хозяйственному комплексу страны, подразумевается/понимается понятие экономическая безопасность.

В настоящее время молодые профессионалы обладают отличной современной общей и научной подготовкой, имеют мотивацию и желание воплотить/реализовать свои амбиции и потенциал, но по ряду причин не всегда могут найти работу по своему профилю. Вследствие этого, возникают серьезные проблемы в сфере занятости населения. Складывается



удобная ситуация, позволяющая активной молодежи, благодаря целевой государственной поддержки малого и среднего бизнеса, запустить/реализовать/начать собственный, в том числе и инновационный, бизнес.

В результате/процессе социального взаимодействия появляются проблемы, связанные с безопасностью личности при возникновении рисков экономического плана, которые могут иметь социальное происхождение. Одной из приоритетных задач оказывается способствование обеспечению безопасности личности через развитие навыков социально-безопасного поведения. Основной целью является создание осознанного, а не формального отношения к собственной безопасности через понимание личного восприятия и склонности к риску.

Сегодня сложно начинать свой бизнес без связей, поддержки, без стартового капитала, и энергичные молодые предприниматели, сумевшие выйти победителями из трудных ситуаций ведения бизнеса, помогут новичкам.

Поддержка молодежного бизнеса – это, не только информационная, имущественная или финансовая помощь. Это прежде всего помощь в организации безопасного бизнеса, безопасного поведения личности. Взаимодействуя с различными форумами, молодые предприниматели преследуют две основные цели: поиск новых форм взаимодействия бизнеса и власти и повышение потенциала российской экономики. Конкурсы молодых предпринимателей России ежегодно выделяют наиболее успешных представителей разных сфер, на которых стоит равняться другим, и стремиться, в следующем году достичь еще лучших результатов.

Для организации безопасного бизнеса для начала необходимо обезопасить себя. Для безопасности личности сначала необходимо произвести/провести оценку обстановки в отношении признака «безопасно – опасно», как итог предварительной обработки психологических процессов (представлений, ощущений, восприятий, чувств, мышления). Затем проанализировать окружающую реальность и внешние факторы, оценить прогноз безопасного будущего с учетом индивидуальных личностных характеристик человека. И только тогда принять решение и реализовать модель поведения на основе психологических, социальных и профессиональных компетенций в области безопасности.

Уместно, в качестве определяющих видов деятельности выделить следующее:

продвижение различных способов выявления и поддержки одаренной молодежи, реализация продуктов ее деятельности в широкую практику на различном уровне: региональном, федеральном, международном, защищая авторские права на свои творческие продукты и изобретения;



налаживание сотрудничества российских и международных союзов, альянсов, творческих объединений, институтов гражданского общества и государства, которые могли бы воплотить программы содействия молодого поколения.

На этой основе выделены задачи форсированности безопасного поведения в социуме: оперативный (комплекс мер и поступков, которые способны мгновенно реагировать на реальную угрозу жизни и здоровью, при соприкосновении различных рисков); тактический (стабильные по структуре, разумные и продуктивные способы социально-безопасного поведения, позволяющие достигнуть заданной цели обеспечения собственной безопасности и безопасности других людей); стратегический (устойчивый синтез проверенных мер социально-безопасного поведения, осуществляемые в рамках заданного плана операций в системе общественных отношений для обеспечения личной и коллективной безопасности).

Молодежь, хоть и являясь мало защищенной группой, во все времена она играла огромную роль в жизни и развитии страны/государства.

На молодое поколение возлагаются основные надежды отечественной экономики, но ему, как правило, нужна поддержка на стартовых позициях. Она может быть выражена как в виде консультационных услуг, так и в виде финансовой или имущественной поддержки.

Одним из таких видов общения выступает форум предпринимателей. Форум – это своего рода уникальная площадка, где осуществляется активное взаимодействие бизнесменов, представителей властей и общественных организаций, направленное на выявление проблем и поиск путей их наиболее эффективного решения. Форум предпринимателей подразумевает плотное общение всех участников путём проведения семинаров, мастер-классов, дискуссий в диалоговых форматах, круглых столов и так далее.

Современная бизнес-молодежь ставит цель не просто разбогатеть, но и принести пользу обществу. Очевидно, что молодежь, обладая неплохими знаниями, располагает тем уровнем здоровья, интеллектуальной активности и мобильности, которые выгодно отличают ее от других групп населения. Новые условия потребуют от каждого молодого человека новых нестандартных вариантов построения своей жизни. Молодые люди могут реализовать себя в качестве интеллектуального источника, рабочей силы, и в качестве наиболее приспособляемой к новым условиям группы населения.

Молодое поколение уже завтра будет определять политические, экономические и социальные структуры общества. В то же самое время молодежь является одной из особо уязвимых групп на рынке труда во всем мире, особенно в нашей стране.



Список использованных источников:

1. Богомолов, В.А. Введение в специальность «Экономическая безопасность»: Учебное пособие / В.А. Богомолов. - М.: Юнити, 2015. - 279 с.
2. Попов, М.В. Экономическая безопасность: Учебное пособие / М.В. Попов, М.А. Каткова, Н.В. Манохина, Л. Мамаева. - М.: Инфра-М, 2018. - 576 с.
3. Сильвестров, С.Н. Экономическая безопасность России: методология, стратегическое управление, системотехника / С.Н. Сильвестров. - М.: Русайнс, 2015. - 22 с.
4. Толочек, В. А. Современная психология труда: Учебное пособие / В. А. Толочек. – СПб.: Питер, 2016. – 479 с. 85.

© Столярова А.Л., 2022

УДК 336.748.12

ЗНАЧЕНИЕ И НЕОБХОДИМОСТЬ ТРАНСПАРЕНТНОСТИ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА

Стрижевич А.С.

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

Современные центральные банки считают прозрачность важнейшей составной частью денежно-кредитной политики, подчеркивая важное значение эффективного информирования общественности и взаимодействия с нею, на что не раз обращалось внимание в предыдущих публикациях [1, 2, 3]. В настоящее время для финансовых рынков изучение категории «прозрачность» является чрезвычайно важным с позиций понимания ее сущности и требований, предъявляемых к институтам, функционирующим в финансовой сфере. С одной стороны, регулятор заинтересован в адекватном понимании его политики, а с другой – в предоставлении информации, способной оказать воздействие на принимаемые экономическими субъектами решения.

До 1990-х годов деятельность центральных банков окружала строгая секретность и руководство денежных властей не стремилось разглашать информацию о методах и особенностях функционирования главного банка страны. Но в 1998 году Международным валютным фондом вместе с Банком международных расчетов на основе консультаций с представителями других международных организаций, центральных банков, финансовых институтов с целью укрепления международной валютной и финансовой системы был разработан Кодекс надлежащей практики по обеспечению прозрачности в денежно-кредитной и финансовой политике [4].



9 апреля 2019 г. Исполнительный совет МВФ одобрил предложение о замене Кодекса прозрачности денежно-кредитной и финансовой политики 1999 г. новым Кодексом прозрачности центрального банка, который был опубликован 30 июля 2020 г. Кодекс прозрачности центрального банка провозглашает, что «будет способствовать более эффективной коммуникации между центральным банком и его различными заинтересованными сторонами, уменьшая неопределенность и закрепляя ожидания общественности, а также способствуя лучшему выбору политики и повышению подотчетности» [5].

Практика повышения прозрачности, пропагандируемая Кодексом прозрачности центрального банка, отражает эволюцию роли и ответственности центральных банков за последнее десятилетие. Многие центральные банки прибегли к нетрадиционным мерам для достижения своих целей финансовой и ценовой стабильности после финансового кризиса 2008 года. В рамках экстренных мер реагирования на вспышку COVID-19 центральные банки объявили о дальнейших мерах, требующих тесной координации с министерствами финансов и их поддержки. Нетрадиционный характер и огромный масштаб этих мер, включая взаимосвязь с фискальной политикой и влияние на общественное благосостояние, представляют собой эволюцию роли центрального банка в ответ на беспрецедентные вызовы. Эти меры требуют повышения прозрачности деятельности центральных банков в качестве автономных и подотчетных государственных учреждений.

Такое внимание проблематике транспарентности центральных банков международных финансовых институтов несомненно указывает на важность, необходимость и большое значение данной категории. Большую роль прозрачности своей деятельности выделяют и специалисты Европейского Центрального Банка, которые считают, что транспарентность способствует повышению эффективности денежно-кредитной политики несколькими путями. По их мнению, если центральный банк ясно понимает, в чем состоят его задачи и как их надо решать, то это повышает доверие к нему со стороны населения. Если население считает, что центральный банк может и намерен добиваться своих программных целей, то это поставит надежный заслон росту инфляционных ожиданий. «Особенно полезными в этой связи представляются периодические сообщения о том, как центральный банк оценивает состояние экономики, поэтому центральные банки должны честно и откровенно сказать, какие проблемы поддаются (или не поддаются) решению средствами денежно-кредитной политики», – утверждается в публикации «Денежно-кредитная политика ЕЦБ» [6].

Эволюция концепции транспарентности наиболее широко освещена в работах С.Р. Моисеева. Он выделяет четыре основные причины,





обуславливающие необходимость прозрачности, которые представлены на рис. 1.

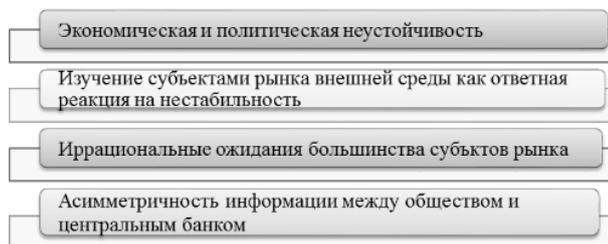


Рисунок 1 – Причины необходимости прозрачности. Разработка автора на основе [7].

Кроме того, данным ученым утверждается, что прозрачность центрального банка в конечном итоге приведет к повышению общего уровня благосостояния населения, что отражено на схеме воздействия прозрачности центрального банка (рис. 2).

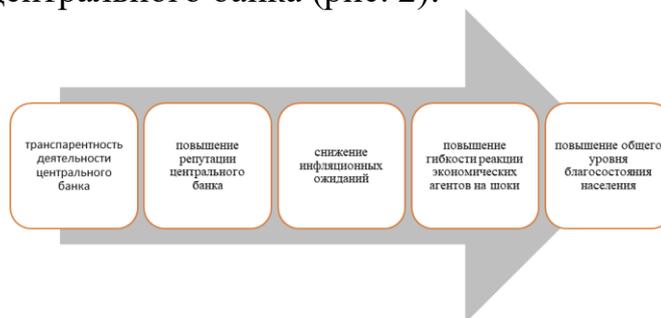


Рисунок 2 – Схема воздействия прозрачности центрального банка. Разработка автора на основе [7].

Исследование эволюции прозрачности требует изучения факторов, которые обусловили ее состояние и развитие в определенный момент времени. Проведенный анализ в монографии О.В. Рожновой и В.М. Игумнова позволил выделить наиболее значимые факторы, которые повлияли на содержание и развитие прозрачности в конце прошлого и начале нынешнего веков. Демократизация большого числа стран мира и глобализация экономик государств, которые играют важную роль в международных экономических отношениях с большой степенью вероятности повлияли на усиление внимания к категории прозрачности финансовых структур. Накопленный опыт в прогнозировании кризисов, анализе их появления и их преодолении также обусловили возникновение прозрачности как одного из инструментов противодействия кризисным тенденциям. Появление информационных технологий и современных средств связи со способностью максимально быстрого распространения информации несомненно усилили роль и значение прозрачности финансовых институтов. Еще одним фактором возникновения прозрачности явилось увеличение доли экономически активного населения, и как следствие, увеличение потребности общественности в



понимании происходящих экономических процессов, а также расширение сферы конкурентной борьбы. О.В. Рожнова и В.М. Игумнов выделяют, наконец, такой фактор как «мода на прозрачность, «возникшая в последние десятилетия, влияющая на раскрываемость информации, как частных, так и государственных структур, явившаяся следствием возникновения и распространения среди широких слоев населения мира идеи важности всеобщей информированности для сохранения и успешного развития цивилизации» [8].

Таким образом, категория прозрачности является достаточно значимой и заслуживающей внимания для современных центральных банков. Она имеет большое значение не только в сфере функционирования международных финансовых институтов, но и в области практической деятельности регуляторов. В экономической литературе авторы выделяют причины, факторы возникновения прозрачности и направления ее воздействия, которые обуславливают важность и значимость данной экономической категории.

Список использованных источников:

1. Стрижевич, А.С. Прозрачность центрального банка: эффективный подход к измерению в современных условиях / А.С.Стрижевич // Банковский вестник, - 2021.- №8(697) август.- С. 41-51.

2. Стрижевич, А. С. Коммуникация Центрального банка: прозрачность и доступность / А. С. Стрижевич // Современные финансовые отношения: проблемы и перспективы развития: Материалы VII Международной научно-практической конференции, Новосибирск, 24 марта 2021 года / Под редакцией Т.А. Владимировой. – Новосибирск: Сибирский государственный университет путей сообщения, 2021. – С. 46-53.

3. Стрижевич, А.С. Увеличение прозрачности деятельности Центрального банка как тенденция развития банковской системы / А.С.Стрижевич // Современные проблемы и перспективы развития банковского сектора : сборник материалов Международной на-учно-практической (заочной) конференции 26 апреля 2016 г. / М-во обр. и науки РФ, ФГБОУ ВПО «Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина» ; [отв. ред. Я.Ю. Радюкова]. – Тамбов : Из-дательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2016. – С. 355-360.

4. Кодекс надлежащей практики по обеспечению прозрачности в денежно-кредитной и финансовой политике [Электронный ресурс] <http://www.imf.org/external/np/mae/mft/code/rus/code2r.pdf> Дата доступа: 12.04.2022.

5. The Central Bank Transparency Code. International Monetary Fund. Monetary and Capital Markets Department [Electronic resource] / Policy Paper №. 2020/038. – July 30. – 2020. – Mode of access:



<https://www.imf.org/en/Publications/Policy-Papers/Issues/2020/07/29/The-Central-Bank-Transparency-Code-49619>. – Date of access: 12.04.2021.

6. Денежно-кредитная политика ЕЦБ, 2004 [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/monetarypolicy2004ru.pdf> –Дата доступа: 27.02.2022.

7. Моисеев С.Р. Денежно-кредитная политика: теория и практика: учеб. пособие /С.Р.Моисеев. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2011. – 784 с. (Университетская серия).

8. Рожнова О.В. Формирование прозрачной финансовой отчетности предприятия: монография / О.В. Рожнова, В.М. Игумнов. – М.: РУСАЙНС, 2015. – 132 с.

© Стрижевич А.С., 2022

УДК 338

ИННОВАЦИОННАЯ СРЕДА И РАЗВИТИЕ УНИВЕРСИТЕТОВ ТРЕТЬЕГО ПОКОЛЕНИЯ

INNOVATIVE ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT OF UNIVERSITIES 3.0

Ступин Р.С.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва
Масариков университет, Брно, Чехия*

Гребнева А.Д.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт проблем безопасного развития атомной энергии Российской академии наук, Москва

Modern conditions of economic development, characterized by increasing trends of globalization, digitalization, and increased competition in the market of educational services, modern institutions of higher education cannot stay away from the innovation process and the intensification of technological development. Modern universities are forced not only to become catalysts for the development of technologies and training of specialists, but also to take responsibility for the development of the industry, regional and national innovation environment.

The strengthening of globalization processes in the field of science and education, caused, among other things, by the accession of the Russian Federation to the Bologna process and the development of distance learning technologies, require a significant increase in the competitiveness of Russian universities.



Today, the key condition for achieving the competitive status of the higher education system of the Russian Federation is the formation of benefits realized through innovative developments and the commercialization of know-how. The innovative environment influences a qualitatively new level of factors of competitiveness of higher education institutions and the productivity of their core activities.

Innovative activity allows universities to gain a competitive advantage in the global dimension only for a short period of time. Innovative educational products and technologies after their appearance on the higher education market can not only be copied by other educational organizations, but also change the nature of competition in the education system. These circumstances significantly shorten the time to use the benefits of innovation, and in the last few years this process has been much faster.

The concept of long-term socio-economic development of Russia describes the transition of the national economy to an innovative type as one of the basic goals of the development of the state. This transition should be ensured through the development of high technologies and mega-projects. Since the development of innovations and technological changes are impossible without a significant increase in the role of universities in the development of human capital and entrepreneurship, the innovative environment of educational organizations is becoming a key factor in the development of an innovative economy, technological re-equipment, and advanced development.

A modern university, referred to by several researchers, for example, Professor of the University of Delft Johan Wissema, the author of sixteen books and more than a hundred articles on innovation management, is a “third generation university” [3, p. 43], should become the foundation for the emergence and development of new technologies, innovations, practical developments, and business projects. University education should be focused on solving practical design problems, transferring the experience of key industry experts to students, and developing modern skills in accordance with market requirements.

The innovative environment of the university is defined as the prevailing specific socio-economic, organizational, legal, and political environment that ensures the development of innovative activities of an educational organization for the implementation and increase of innovative potential. The innovation environment determines the set of mechanisms, tools, processes, infrastructure elements and human resources that ensure the development of the university's innovative activities.

It should be noted that, since the term "environment" is a general concept of scientific activity, a single and universal definition of "innovative environment of the university" is absent in the scientific and educational literature. Within the framework of the study, the innovative environment of the university is understood as a set of such systems as technological entrepreneurship, the system



of technical and technological developments, science, and the educational process of the university, which ensure the innovative development of an educational organization in the aspect of transition to the model of third generation universities.

The innovative environment of the university is determined by various factors and can be divided into external and internal. The external innovative environment of the university is determined by the environment, which, to one degree or another, influences the development of an educational organization. The main components of the external environment include social, technological, and political spheres. The greatest influence on the development of the innovation environment of universities is exerted by the regulatory and legislative policy of federal government bodies, international legal institutions, as well as the level of technology development, the structure of demand for human resources, and the level of household welfare.

Under the internal innovation environment of universities are understood such elements as intra-university relations and communications, corporate policy. An analysis of the internal innovation environment of universities makes it possible to assess the innovative potential of an educational organization, and knowledge and analysis of the factors of the external innovation environment - the innovation climate. It should be noted that all elements of the innovation environment of universities are closely interconnected, while exerting mutual influence.

Most Russian and foreign researchers, speaking about the innovative environment of educational organizations, most often define universities as innovative ones that care about the development of entrepreneurial competencies. Entrepreneurial University is not only and not so much an organization that teaches entrepreneurship to students, but also develops its own entrepreneurial skills, creates business units, start-ups, business incubators, accelerators, and technology laboratories.

The well-known innovation researcher Peter Drucker defines innovation as a key tool for entrepreneurship aimed at creating fundamentally new resources [5, p. 149]. Following Drucker's definitions, one can conclude that universities are the main driving force of the innovation process, since innovations in the modern world are determined by the development of intellectual property, know-how, and not by the improvement of technological equipment and machines. This is due, on the one hand, to the accelerated obsolescence of material and technical resources caused by the development of science and technology, and, on the other hand, to the continuous change in the content of intellectual resources. The role of information in economics and management is growing steadily, and universities are the main carriers of new knowledge.

In the context of the transition to a new model of management of higher education organizations, which is referred to in the scientific and methodological



literature as the “third generation university” or “university 3.0” model, such areas of activity as the development of scientific research and development, reforming the system of training and retraining of personnel for innovative activity, restructuring of departments of higher educational institutions, are the basic directions that determine the innovative development of the national economy. In this regard, universities in the new paradigm play a key role in ensuring accelerated economic development.

This issue is most acute in the system of engineering and natural science universities, which are traditionally at the epicenter of the scientific and technological process.

Universities that provide student training and research in the exact and technical sciences are key players in the development of an innovative ecosystem in the field of higher education. In the aspect of the transition to the model of third generation universities, the role of engineering, technical and natural science universities is reaching a fundamentally new level. Technical universities, having at their disposal experienced and distinguished scientists who carry out scientific research in a specific and numerically measurable problem area, often have a higher innovative potential than humanitarian and multidisciplinary educational organizations.

However, this factor also determines the key risks of innovative development of technical universities, which consist in the susceptibility of the teaching staff and administrative and managerial personnel to excessive conservatism, closeness to innovations and modern trends. Thus, the restructuring of engineering and science universities in the paradigm of third-generation universities is a super task, which is defined as the need to form the most progressive and innovative market participants on the foundation of the most conservative and rudimentary organizations.

The formation of innovative entrepreneurial engineering and natural science universities must be carried out by changing the totality of factors of the external and internal innovation environment: the level of qualification of the teaching staff and administrative and managerial personnel; structure and competencies of suppliers and contractors; structure, qualitative and quantitative composition of the contingent of students of bachelor's, master's, specialist's, postgraduate and doctoral programs; availability of fixed assets, the state of the material and technical base and the level of depreciation of the laboratory fund; production and laboratory sites, areas of project activities for students and graduate students; the level and competence of industrial and social partners of the university; structure of orders for research activities, participation in competitions for grants for research and development; marketing activity of the university; the structure of the entrepreneurial activity of the university; other factors.



When auditing the current state of each of these factors, it should be considered that all these and other factors of the innovation environment are interrelated and have a significant impact on each other. The most universal tool when deciding on the reorganization of engineering and technical universities in the "university 3.0" paradigm is such a marketing tool as SWOT analysis, which involves assessing the strengths and weaknesses of the university, describing threats and opportunities. So, for example, because of a comprehensive analysis of strengths and weaknesses, as well as an audit of the material and technical base and the professional level of key employees, the Moscow Institute of Electronics and Mathematics. A.N. Tikhonov, the National Research University Higher School of Economics has formed a strategy according to which this mega-faculty of the National Research University Higher School of Economics is positioned as a leading institution that trains specialists and carries out research activities in the field of cyber-physical systems. Accordingly, the design-technological model of education, implemented since MIEM HSE, involves the implementation of student projects in the field of robotics, applied mathematics, infocommunication technologies and communication systems, the Internet of things and cyber-physical systems.

In the conditions of the global competitive environment in the system of higher education, the leading universities are practically in equal technological conditions for the transition to the model of entrepreneurial universities. With the high development of the university infrastructure, the issue of managing innovative departments of universities responsible for the process of transition to a university 3.0 and increasing competitiveness at the international level comes to the fore.

It should be noted that the development of entrepreneurial competencies of engineering universities is not an autonomous and localized process. This is due to the development of investment infrastructure and increased interest in cooperation with universities from industrial and social partners. Another reason for this process is the fact that the innovative developments of universities have high-quality technological development.

Despite the rather high level of mutual interest in cooperation on the part of business and the higher education system, the interaction algorithms are extremely poorly formed today. The study of cooperation algorithms for the implementation of technological student projects demonstrates that the most popular and effective work tools are such formats as acceleration and incubation programs, as well as project-based technology training.

In the framework of this study, it is the design-technological model of training that seems to be effective and is recommended for use by participants in the process of teaching the basics of technological entrepreneurship.



Список использованных источников:

1. Ступин Р.С. (2012). Анализ зарубежного опыта модернизации образования. Современная школа России. Вопросы модернизации, (2).
2. Виссема, Х. (1996). Менеджмент в подразделениях фирмы: Предпринимательство и координация в децентрализованной компании. Инфра-М.
3. Йохан, Г. (2016). Виссема. Университет третьего поколения. Управление университетом в переходный период. М.: Сбербанк.
4. Виссема, Йохан Г. Цель университета – научить студента решать проблемы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tsu.ru/news/yokhan-vissema-tsel-universiteta-nauchit-studenta/> (дата обращения: 03.03.2022)
5. Друкер, П. Ф. (2007). Бизнес и инновации.
6. Евстратова, Л. А., Исаева, Н. В., & Лешуков, О. В. (2018). Проектное обучение: практики внедрения в университетах.
7. Генри, И. (2010). Тройная спираль. Университеты-предприятия-государство. Инновации в действии/Генри Ицковиц, 238.
8. Ступин, Р. С. (2012). Современная школа России и инновационные процессы в образовании. Современная школа России. Вопросы модернизации, (1), 112-119.
9. Ступин, Р.С. (2018). Как запустить систему работы с инновационными проектами в университете. АО «РВК», 167 с.
10. Ступин, Р. С., & Крицын, А. А. (2018). Развитие предпринимательской среды в системе университетов естественнонаучной и инженерно-технической направленности. Экономика и управление в машиностроении, (3), 45-52.

© Ступин Р.С., Гребнева А.Д., 2022

УДК 331.1

РОЛЬ КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

Суровова М.А.

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

Главным образом конкурентоспособность и эффективность функционирования любого предприятия зависит от его имиджа, сформированного личностного образа об отдельных сотрудниках и в целом об организации. Получаемые представления и впечатления людьми в процессе их взаимодействия формируют определенные эмоциональные



стереотипы суждений о субъектах экономической деятельности. Фиксируемое человеком восприятие об организации учитывает множество компонентов в сознании индивидуума, которые необходимо правильно сформировать, чтобы иметь возможность оказывать положительное на него влияние.

К определению имиджа организации существует множество подходов. Так Д. Леонтьев определяет имидж как манипулирование, а О.С. Виханский говорит о том, что имидж явления представляет собой устойчивое восприятие особенностей и специфических качеств и черт, свойственных данному явлению

Основатель современного маркетинга Ф. Котлер трактует имидж организации как общественное мнение о компании, производимых ею товарах или представляемых услугах [1].

Понятие «имидж организации» кандидат экономических наук Алешин И.В. рассматривает в своих работах как образ компании, существующий в представлении различных групп общества [2].

Шепель В.М., доктор философских наук, определяет имидж организации как индивидуальный облик, который создается при помощи средств массовой информации, социальных групп или собственных усилий с целью повышения привлекательности и узнаваемости в обществе [3]. Представленные определения схожи между собой и говорят нам о том, что это некий сформированный потребителями и общественностью образ об организации и взаимодействии ее со средой.

Закрепление своих позиций на рынке нелегкая задача для любой организации и именно фактор имиджа способен определить ее будущее. Самопрезентация – один из способов быть узнаваемой, а значит устоять на плаву. В тоже время создание корпоративного имиджа является сложным и длительным процессом, в результате которого формируется образ данной организации, от которого в дальнейшем зависит ее будущая жизнь. Специалист высокого уровня не пойдет работать в организацию имеющую плохую репутацию, негативные отзывы бывших сотрудников. Коллектив из низкоквалифицированных и слабо мотивированных специалистов не может обеспечить эффективность труда и результативность своей деятельности, что приведет к удару для компании и прекращению работы.

Имидж организации всегда ориентирован на восприятие, цель которого состоит в том, чтобы у субъектов находящихся вне и внутри организации, сложился некий образ, способствующий достижению внешних целей, которые ставит руководство организации.

Важную роль в успехе организации играет не только внешний имидж в глазах потребителей и клиентов, но и внутренний среди сотрудников. Как складывается отношение персонала к работодателю, клиенту, и самой деятельности компании имеет важное значение для имиджа в отличии от



рекламы и презентации. Персонал при этом рассматривается как важный источник информации о деятельности организации для внешней аудитории. Культура основной детерминант внутреннего имиджа, как система подбора, обучения персонала, отношения руководства и подчинения, применяемая система оценки работы персонала на основании принятых критерий организации, а также действующая система вознаграждений, социальных льгот, фирменный стиль организации и немаловажный социально психологический климат, от которого зависит настроение и мнение коллектива, индивидуальное самочувствие и оценка условий жизни и работы личности в коллективе. То, как складывается отношение персонала к работе влияет на эмоциональный настрой и репутацию компании как некие видимые элементы имиджа создавая важнейшую эмоциональную связь компании с клиентами. Кадровый подход содержит комплекс мероприятий, которые направлены на развитие и поддержание корпоративной культуры, создание сплоченной команды, формирование собственного стиля руководства. Каждый сотрудник рассматривается как «лицо» всей организации, по которому будут судить о персонале в целом. Совершенствование управления торговым персоналом является важным направлением деятельности компании ИКЕА, поскольку 75% ее сотрудников работает в магазинах. Важной задачей каждого предприятия розничной торговли является умение привлекать, развивать и удерживать лучших сотрудников. Для обеспечения стабильности и преемственности в кадровой политике руководством компании было принято решение о поддержании текучести кадров на уровне не более 20%, наличие более 50% сотрудников с полной занятостью и руководителей, не менее 5 лет управляющих магазином. Мотивация персонала и считается необходимым условием любого успешного бизнеса. Но не каждый руководитель знает, как эта мотивация влияет на бизнес и почему так важно учитывать потребности персонала. Повышение вовлеченности сотрудников на 5% влечет за собой прирост выручки на 3% по данным компании ИКЕА, результаты которых попали в верхний квартиль вовлеченности, показывают на 4% больший рост операционной прибыли. Наконец, высоко вовлеченные сотрудники отдела продаж превышают свой план в среднем на 4%. Вовлеченность сотрудников влияет даже на безопасность на производстве: на промышленных предприятиях с высоким уровнем вовлеченности на 75% меньше дефектов, а также на 26% меньше сумма исков, связанных с безопасностью. Но также актуальна и обратная зависимость: снижение уровня вовлеченности напрямую влияет на снижение производительности труда. Мотивация сотрудников особенно важна в трудные времена, как, например, в период пандемии. Большая команда ИКЕА продемонстрировала готовность перестраиваться и адаптироваться к новым вызовам. Освоившие сотрудники новые знания и навыки, открыли для себя в новые сферы,



например, в поддержке покупателей. Это было бы невозможно без высокой мотивации и вовлеченности. Максимальная вовлеченность сотрудников может обеспечить совместное участие в социальных проектах ведь для компании это двойная польза как дополнительная помощь в решении социальных проблем, а с другой стороны, это вовлечение сотрудников в повестку устойчивого развития и реализация их потребности в самоактуализации. В период пандемии многие компании помогали врачам больниц и других медицинских учреждений, сотрудники ИКЕА также помогали в выборе ассортимента по запросу больниц, сборе заказов, их упаковке и доставке, чтобы поддержать тех, кому нужна помощь. Такие инициативы очень актуальны и логично ложатся в кадровую идею ИКЕА: «Дать простым и открытым людям возможность расти и развиваться лично и профессионально, чтобы мы совместными усилиями изменяли к лучшему повседневную жизнь многих людей – нашу и наших покупателей» [4]. Вовлеченность сотрудников – это взаимоотношения между работодателем и сотрудником, основанные на доверии и уважении, а также залог успешного бизнеса. И именно поэтому приоритетной задачей бизнеса является забота о сотруднике, его комфорт, безопасность и уверенность в завтрашнем дне. Компания ИКЕА является живым примером по формированию позитивного имиджа, ее успех непосредственно связан не только с эффективной бизнес-моделью, сильной корпоративной культурой, вдохновляющей миссией и ценностями компании, но и с эффективной стратегией и системой корпоративного управления.

Таким образом, имидж организации – это созданный образ объекта, который нацелен оказывать воздействие на сознание людей для получения каких-либо преимуществ. Для успешного формирования и поддержания положительного имиджа необходимо стремиться к тому, чтобы желаемый имидж организации, полностью соответствовал реальному. Имел свои индивидуальные особенности, отвечал на требования общества и оправдывал их ожидания. Благодаря возможности управления имиджем в организации, компания будет иметь возможность управлять, воздействовать на эмоции потребителей, что будет являться основной ценностью в условиях современного рынка.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт Маркетинг и управление продажами [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://vk.com/doc180568549_625439806?hash=d6bccc10404f88af2e&dl=7b08a6bd19eabeaf3 Дата обращения: 23.11.2021г.

2. Паблик Рилейшнз для менеджеров [Электронный ресурс] -Режим доступа: <https://www.booksite.ru/fulltext/publik/text.pdf> Дата обращения: 23.11.2021г.



3. Имиджелогия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://iseobr.ru/testcurs/disciplines/uch_posob/67/uch_posob.pdf Дата обращения: 23.11.2021г.

4. Официальный сайт Рамблер [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://finance.rambler.ru/economics/46212022-ikea-motivirovannyye-sotrudniki-vliyayut-na-biznespokazateli/?utm_content=mfinance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink Дата обращения: 23.11.2021г.

© Суравова М.А., 2022

УДК 004.9; 338.4

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Сутягина М.С., Шимаров Н.В.

Дмитровградский инженерно-технологический институт – филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»», Дмитровград

Процесс цифровизации в экономике направлен на автоматизацию производственных и управленческих процессов за счет применения современных информационных технологий с целью повышения эффективности их функционирования. Необходимо отметить, что для общества характерны преимущества от цифровизации государственных и муниципальных услуг, т.к. пользователями цифровых продуктов и услуг выступает население, которое имеет возможность получать оперативный доступ к интернету, информации, к документам, делая жизнь более удобной. В соответствии с принципами цифровизации «доступность» и «экономичность» процесс оказания государственных и муниципальных услуг в контексте повышения эффективности функционирования органов государственной власти и местного самоуправления имеет существенное экономическое значение в силу обязательности и массового характера их оказания.

Актуальность темы обусловлена тем, что важной целью преобразования всех отраслей экономики в цифровом направлении является не только развитие конкурентоспособной цифровой индустрии, но и повышение качества жизни граждан, важнейшим социальным аспектом которого следует обозначить возможность получения государственных и муниципальных услуг в достаточном объеме, оперативно и качественно [1].

На современном этапе процесс цифровизации в сфере предоставления государственных и муниципальных услуг проводится в соответствии с



Программой «Цифровая экономика Российской Федерации», принятой распоряжением Правительства РФ 28 июля 2017 года [2], и федеральным проектом «Цифровое государственное управление» [3]. В связи с этим, в России реализуются задачи по активизации использования информационно-коммуникационных технологий в процесс взаимодействия государственных структур и населения с целью повышения качества предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде.

Согласно данным документам, одной из ключевых задач следует обозначить формирование упорядоченной структуры электронного правительства и использование многофункциональных центров (МФЦ) на основе системы межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ) органов государственной власти с организациями и заявителями во всех регионах страны, обеспечивая высокий уровень доступности, технологичности и надежности результата получения услуги. Федеральный закон № 210-ФЗ [4] дает следующее определение МФЦ как «организации, созданной в организационно-правовой форме государственного или муниципального учреждения (в том числе являющаяся автономным учреждением), отвечающая требованиям, установленным настоящим Федеральным законом, и уполномоченная на организацию предоставления государственных и муниципальных услуг, в том числе в электронной форме, по принципу «одного окна». Данный принцип определяет следующие преимущества: снижение срока ожидания в очереди при сдаче заявления, а также при получении документов; оптимизация времени, необходимого для приема или выдачи документов; минимизация количества документов для подачи заявления; наличие обратной связи между представителями государственных структур и гражданами; сокращение срока предоставления государственных и муниципальных услуг; доступность и комфорт за счет консультаций по вопросам получения услуг и информации о ходе рассмотрения дела.

Анализ материалов позволяет отметить, что к настоящему времени имеются определенные результаты исследования социально-экономических аспектов развития государственных и муниципальных услуг. Например, в работе С.Н. Даниловой приводятся результаты исследования, раскрывающие в контексте концептуальных положений современного менеджмента подходы к управлению МФЦ при предоставлении государственных и муниципальных услуг, а также даются методические рекомендации по совершенствованию деятельности МФЦ, включающие систему оценочных показателей, алгоритм расчета, интерпретацию результатов оценки процедур оказания государственных и муниципальных услуг с учетом необходимости повышения эффективности бизнес-процессов [5].



В результате оценки эффективности функционирования МФЦ Н.В. Мироненко, Н.С. Тихенькая, К.С. Кондакова предлагают создание системы критериев балльно-рейтинговой оценки эффективности работы МФЦ, которая охватывает все стороны деятельности предоставления государственных и муниципальных услуг, а также внедрение качественных подходов по его усовершенствованию [6].

Автоматизацию основных административно-управленческих процессов, происходящих в рамках МФЦ, обеспечивает автоматизированная информационная система МФЦ (АИС МФЦ). С позиции повышения качества и снижения временных затрат граждан при получении государственных и муниципальных услуг на базе МФЦ одной из важных задач необходимо отметить совершенствование организации межведомственного электронного взаимодействия на основе применения современного программного обеспечения.

Ведущие отечественные специалисты ИТ-компаний активно ведут разработки по модернизации программного обеспечения поддержки работы МФЦ. Совместно компаниями «Базальт СПО», ЭОС (Электронные офисные системы), Postgres Professional и НОРСИ-ТРАНС представлен программно-аппаратный комплекс для МФЦ оказания государственных и муниципальных услуг. Данное решение, названное «МФЦ Плюс», состоит не только в эффективном представлении гражданам стандартизированных и индивидуальных пакетов услуг, но и должно спрогнозировать запросы для обеспечения новых сервисов в систему. Комплекс «МФЦ Плюс» обеспечивает эффективную работу с огромным объемом информации, состоящей из персональных данных граждан, которые надежно защищены независимой цифровой средой [7].

В состав единого комплекса «МФЦ Плюс» входят следующие программные и аппаратные средства данного решения:

Серверы Яхонт-УВМ Э12, Яхонт-УВМ Э24 и Яхонт-УВМ Э124 (линейка российских серверов производства НОРСИ-ТРАНС на базе отечественных восьмиядерных процессоров «Эльбрус»);

ОС «Альт Сервер» (российская операционная система на основе ядра Linux разработки «Базальт СПО»);

АИС МФЦ ДЕЛО (автоматизированная информационная система, предназначенная для информационного обеспечения МФЦ, разработанная ЭОС);

СУБД Postgres Pro (российская система управления базами данных, разработанная компанией Postgres Professional с использованием свободно распространяемой СУБД PostgreSQL).

С точки зрения социально-экономического эффекта и масштабности создания сети МФЦ современное программное обеспечение позволяет





существенно повысить качество организации предоставления государственных и муниципальных услуг.

Список использованных источников:

1. Завьялова, Е. А. Цифровая трансформация государственных и муниципальных услуг [Электронный ресурс] / Е.А. Завьялова, Н.Ю. Погадаева. – Кемерово : Вестник Кемеровского государственного университета, 2021. – №2 (20). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-gosudarstvennyh-i-munitsipalnyh-uslug> (дата обращения: 01.05.2022).

2. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (распоряжение Правительства РФ от 28 июля 2017 №1632-р) [Электронный ресурс] // Правительство России. URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения: 03.04.2022).

3. Паспорт федерального проекта «Цифровое государственное управление» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Законы, кодексы и нормативно-правовые акты в Российской Федерации. URL: <https://legalacts.ru/doc/pasport-federalnogo-proekta-tsifrovoe-gosudarstvennoe-upravlenie-utv-prezidiumom-pravitelstvennoi/> (дата обращения: 02.05.2022).

4. Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/ (дата обращения: 06.04.2022).

5. Данилова, С.Н. Управление сбалансированным развитием многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг [Электронный ресурс]: автореф. дис. канд. экон. наук / С.Н. Данилова. – СПб. : ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», 2019. – 22 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01010059316> (дата обращения: 15.04.2022).

6. Мироненко, Н.В. Многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг в регионах России: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] / Н.В. Мироненко, Н.С. Тихенькая, К.С. Кондакова. – Орел : Вестник государственного и муниципального управления, 2014. – №2/1 (12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mnogofunktsionalnye-tsentry-predostavleniya-gosudarstvennyh-i-munitsipalnyh-uslug-v-regionah-rossii-problemy-i-perspektivy> (дата обращения: 03.04.2022).

7. Первый российский программно-аппаратного комплекс для автоматизации деятельности МФЦ [Электронный ресурс] // ЭОС. URL:



https://eos.ru/eos_about/eos_news/detail.php?ID=30699 (дата обращения: 03.05.2022).

© Сутягина М.С., Шимаров Н.В., 2022

УДК 339.138: 316.454.5

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, ИНСТРУМЕНТЫ

Сухарева О.А., Сапрыкина О.А.

*Новосибирский технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Новосибирск*

В настоящее время развитие рынков происходит быстрыми темпами: происходит технологическое, цифровое и информационное развитие, в связи с этим организации вынуждены принимать быстрые решения, изменять или увеличивать ассортимент своих товаров или услуг, а также уметь продвигать их согласно новым тенденциям на рынке. Рыночные условия, в которых сейчас функционирует маркетинг, значительно отличаются от тех, что существовали 10-20 лет назад. В современных условиях принципиально поменялась задача маркетинга, от которой будет зависеть и вся концепция коммуникаций – важно не увеличение доли рынка, а сохранение рентабельности и увеличение капитализации организации. Именно выполнению этой задачи и будет содействовать комплекс организационно-экономических, рекламно-информационных и межличностно-коммуникативных мероприятий под названием «интегрированные маркетинговые коммуникации».

Наиболее полные исследования этапов становления и развития маркетинга, в целом, и интегрированных маркетинговых коммуникаций, в частности, представлены в трудах Ф. Котлера, Дж. Траута, Дж. Р. Эванса и Б. Бермана, Е.П. Голубкова, И. Березина и др. ученых и практиков.

В первом приближении понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК)» предполагает комплекс различных методов: организационных, технических, экономических, информационных» [1, с. 97]. Очевидно, что объединяющим термином выступают «коммуникации». Как известно, коммуникация (лат. Communicatio – сообщение, передача) – это смысловой и идеально-содержательный аспект социального взаимодействия. Коммуникативными называются действия, сознательно ориентированные на их смысловое восприятие.

И.Н. Демина и М.П. Рачков [2, с. 58] отмечают, что «более конкретным содержанием термин «коммуникация» наполнила социология, изучающая «социальную коммуникацию» (сообщение, процесс передачи



информации), которая, в свою очередь, осуществляется на пяти уровнях, одним из которых является коммуникация массовая, играющая все более возрастающую роль в интегрированных маркетинговых коммуникациях».

Сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций заключается в том, что воздействие на получателей сообщений (в узком смысле – на потребителей) осуществляется в трех уровнях: когнитивном, эффективном и поведенческом. Все уровни важны, но наивысшим является именно поведенческий уровень, поскольку коммуникация должна убедить потребителя совершить покупку.

При точном понимании маркетинговых задач можно выстраивать «постмаркетинговое» пространство с учетом всех необходимых коммуникаций – связей, контактов, отношений, в том числе и межличностных, обеспечивающих функционирование самой организации и ее развитие.

Анализируя научные работы по данной проблематике, выделены основные виды инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, личная продажа, PR. Помимо вышеперечисленных классических инструментов, на современном этапе развития маркетинга исследователи и практики, как правило, отмечают также важность упаковки, интернет-инструменты, необходимость использования сувенирной продукции в интегрированных маркетинговых коммуникациях ИМК, а также спонсорство [3, с. 25].

В большинстве случаев данные инструменты ИМК авторы рассматривают в рамках организации коммуникаций между организацией и потребителем. Но коммуникации организации не должны быть направлены только на клиента: для успешного функционирования должны быть выстроены коммуникации со всеми заинтересованными сторонами организации – потребители, поставщики, конкуренты, посредники и т.д.

Напомним, что заинтересованная сторона или стейкхолдер (англ. Stakeholder – дословно «держатель интереса») – это человек, группа лиц или отдельные организации, решения, действия и поведение которых могут прямо или косвенно, положительно или отрицательно влиять на организацию, ее прибыль, процессы, системы менеджмента и т.д. или испытывать на себе влияние организации, ее процессов, системы менеджмента.

Именно от взаимоотношений с заинтересованными сторонами зависит финансовая устойчивость организации и ее устойчивое развитие в будущем.

Таким образом, авторы считают, что ИМК – это система установления, развития и укрепления взаимоотношений со всеми областями деятельности организации с комплексным применением инструментов, воздействующих и позволяющих эффективно вести свою деятельность и



выстраивать деловые и эффективные коммуникации с целевыми аудиториями (потребителями, посредниками, поставщиками, конкурентами и другими заинтересованными лицами).

С помощью ИМК создается и внутренний и внешний имидж организации. В таком случае их концепция заключается в том, что организации планируют и координируют работу всех каналов коммуникаций для разработки убедительной и привлекательной презентации производимой продукции (выполняемых работ, оказываемых услуг) и организации. Здесь же стоит сказать, что если положительный имидж себе организация создает, то деловая репутация формируется по результатам ее деятельности. И сегодня многими авторами отмечается необходимость создания маркетинга партнерских отношений организации со своим потребителем. Как отмечает Н.В. Костылева, «главная задача ИМК с конечным потребителем – накопление знаний о его потребностях и потребительском поведении для роста такого актива организации как маркетинговые знания о потребителе» [4, с. 4].

Далее стоит проанализировать, каким образом каждый из инструментов ИМК влияет на определенного участника – заинтересованной стороны (табл. 1).

Таблица 1 – Краткое описание воздействия инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций на каждого участника контактной аудитории организации

Инструмент	Заинтересованные стороны				
	Персонал	Посредники	Поставщики	Клиенты	Конкуренты
Стимулирование сбыта	Мотивация сотрудников, поощрение наиболее эффективных	Увеличение объемов закупок, предоставление скидок	Создание взаимовыгодных отношений	Побуждение, ускорение покупки	Объединение, переманивание клиентов
Реклама	Привлечение квалифицированных сотрудников	Создание положительного образа, формирование репутации	Повышение интереса	Убеждение, информирование, напоминание, повышение узнаваемости	Напоминание, повышение конкурентоспособности
Выставки	Повышение интереса, обмен опытом	Демонстрация спроса	Привлечение новых поставщиков	Демонстрация, возможность попробовать	Демонстрация достижений, личная встреча
Прямой маркетинг	Выстраивание благоприятного климата в организации	Стимулирование к сделке	Выход на прямых поставщиков, ускорение процессов	Выстраивание отношений с каждым отдельным клиентом	Выстраивание здоровой конкуренции
Интернет	Демонстрация результатов и достижений сотрудников	Упрощение процессов	Повышение узнаваемости и имиджа	Повышение интереса, информирование	Получение и передача информации

Исходя из этого, можно понять, какое воздействие оказывает каждый инструмент ИМК на участника контактной аудитории организации. При этом оно может меняться и увеличиваться в зависимости от деятельности организации, ее масштаба и пр.

Все это позволяет сосредоточить усилия в реализации интегрированного подхода, которые требуют партнерские отношения между подразделениями предприятия и различными группами участников маркетингового процесса, включая внешние предприятия. При применении интегрированного подхода, предприятия постоянно находятся в контакте с постоянными клиентами и другими участниками маркетингового процесса, что в свою очередь обеспечивает эффективное управление маркетинговыми коммуникациями на предприятии [5, с. 12].



Таким образом, при помощи информационного воздействия на целевую аудиторию предприятие может оказывать влияние на их поведение, изменять отношение к своим рыночным предложениям, подводить к покупке и таким образом достигать своих целей.

Условиями эффективности ИМК являются симметричность, понятность, непротиворечивость коммуникации, соответствие потребностям и культуре коммуникаций целевой аудитории, соответствие интересов и целей организации интересам и целям общественности.

Следовательно, ИМК определяют единый имидж; скоординированные послания всем аудиториям (потребителям, поставщикам, конкурентам и т.д.); получение обратной связи; фокус на долгосрочных отношениях; организационная культура предприятия; социальная и экологическая ответственность; фокус на широком сообществе.

Таким образом, именно интеграционные процессы различных маркетинговых коммуникаций формируют ИМК, как целостную систему деятельности хозяйствующего субъекта, направленную на извлечение максимальной экономической и социальной выгоды из доступных текущих (а также перспективных) ресурсов, синтезирующих различные маркетинговые инструменты и принципы управления коммуникативными процессами.

Список использованных источников:

1. Исламов, А. Базовые понятия интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) / А. Исламов, Р. Шарафутдинов // Инновационная наука. – 2016. – № 5-1 (17). – С. 97-99.

2. Демина, И.Н. Экономическая коммуникация в интегрированных маркетинговых коммуникациях / И.Н. Демина, М.П. Рачков // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2012. – № 1. – С. 54 – 59.

3. Елькина, К.С. Совершенствование системы интегрированных маркетинговых коммуникаций на предприятии / К.С. Елькина // Мат. XXIV Всерос. экон. форума молодых ученых и студентов. Екатеринбург, 27-30 мая 2021 г. – Екатеринбург: Урал. гос. экон. ун-т, 2021. – С. 24-27.

4. Костылева, Н.В. Управление коммуникациями в менеджменте: учебное пособие / Н.В. Костылева, И.В. Котляревская. Ю.А. Мальцева. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2017. – 127 с.

5. Ахметов, Е.И. Интегрированный подход маркетинговой деятельности предприятия / Е.И. Ахметов, О.М. Калеева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2017. – №5-5. – С. 9-14.

© Сухарева О.А., Сапрыкина О.А., 2022





УДК 677.074

К ВОПРОСУ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТАЛЬНО- ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ БАЗЫ УПРАВЛЕНИЯ ТАМОЖЕННЫМИ РИСКАМИ

Сухина Е.А., Филатов В.В.

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

Меняющиеся условия развития мировой торговли начала XXI века ведут к созданию современных систем управления и технологий регулирования внешнеэкономической деятельности. Современные подходы к регулированию внешней торговли определяют принципы деятельности таможенных служб мира на ближайшие годы. К ним, в частности, относятся: применение информационных технологий таможенного декларирования и контроля; развитие внешней и внутренней информационно-таможенных сред и обмена информацией в них; моделирование таможенных процессов; развитие новых взаимоотношений между таможенной системой и участниками внешнеэкономической деятельности [5].

Развитие таможенной системы в современном понимании должно основываться на глобальном сотрудничестве таможенных органов, стратегическом партнерстве с участниками ВЭД, таможенными перевозчиками, таможенными представителями, уполномоченными экономическими операторами, владельцами таможенных складов и экспертными организациями. Это сотрудничество должно охватывать широкий спектр предметных областей не только в технологиях и объектах обмена, но и в сфере совершенствования структуры управления, в области автоматизации и информационного обеспечения таможенных операций и управленческих решений, подготовки специалистов в области таможенного дела. Сегодня становится ясным, что интеграция в области таможенного дела является фактом, обусловленным состоянием международного обмена, и требует серьезного изучения для выработки конкретных практических рекомендаций и методик для управления этим процессом [4].

Учитывая современное состояние таможенной службы и тенденции ее развития, можно выделить основные направления совершенствования информационного обеспечения таможенной системы: изучение современных проблем и тенденций развития таможенной системы; исследование места, роли и эволюции информационного обеспечения в таможенной системе; системный переход в анализе законодательно-правовых основ информационного обеспечения, задач и функций



управления, информационных потоков и иерархий в таможенной системе; разработка макро- и микромоделей информационного обеспечения в таможенной системе; разработка методологии построения АИС; разработка информационно-таможенной технологии управления; создание эффективных АРМ для сотрудников таможенных органов; разработка основ информационного обеспечения интегрированных таможенных систем [2].

В Концепции развития таможенных органов РФ должен быть определен ряд приоритетных задач, которые должны быть решены с целью определения наиболее эффективных методов реализации задач в области таможенного дела в соответствии с международными стандартами:

повышение качества таможенного регулирования, способствующее созданию условий для привлечения инвестиций в экономику, поступлений доходов в государственный бюджет, защиты отечественных товаропроизводителей, охраны объектов интеллектуальной собственности и максимальное содействие внешнеторговой деятельности [1];

совершенствование таможенного администрирования, в том числе развитие системы управления рисками на основе осуществления таможенных процедур в соответствии с международными стандартами, основанными на последних достижениях в области информационных и управленческих технологий [3];

укрепление взаимодействия с зарубежными и международными органами и организациями в борьбе с терроризмом, контрабандой оружия, наркотиков и контрафактной продукцией, а также при обеспечении экономической, экологической и радиационной безопасности [7].

В настоящее время в государствах-членах Таможенного союза и Единого экономического пространства проводится работа по созданию национальных «Единых окон» с учетом опыта Всемирной таможенной организации и рекомендаций Европейской экономической комиссии ООН [6].

Особые требования на современном этапе предъявляются к руководителям таможенных подразделений, к оперативности и качеству их решений, к методической и инструментально-технологической базе управления. Появление информационных технологий, связанных с новыми моделями внешнеэкономической корпоративной деятельности, обусловило коренные изменения в характере деятельности таможенной службы, потребовало совершенствования таможенно-логистических, таможенно-расчетных операций, системы управления рисками, которые стали бы реально действующим современным инструментом государственного регулирования внешней торговли [9].

Реализация вышеперечисленных направлений неразрывно связана с основными практическими задачами, при приоритетности в разработках современных методик и моделей. К ним, прежде всего, относятся:



унификация и стандартизация ИТТ в таможенной системе; использование новых автоматизированных ИТ в таможенной деятельности; совершенствование действующих программных средств и подсистем; внедрение таможенно-расчетного центра на базе ИТ; информационное обеспечение при использовании метода анализа риска [8].

Одним из основных путей модернизации информационных технологий является широкомасштабная автоматизация процедур таможенного оформления и контроля, пограничного контроля, совершенствование управления деятельностью таможенных органов на базе эффективного использования новых информационных и телекоммуникационных технологий [9].

Необходимо усовершенствовать существующую систему управления таможенными рисками. Дифференциация участников – это основное направление развития в управлении рисками в ближайшие годы. Дифференциация участников ВЭД позволит отделить добропорядочных участников от потенциальных нарушителей, сократив контрольные операции в отношении первой категории лиц вплоть до заявительного принципа и при этом усиливая до необходимой степени контроль в отношении второй группы. Причем необходимо отметить, что так называемый системный подход к категорированию участников ВЭД при осуществлении таможенного контроля в настоящее время активно развивается во всем мире. Его внедрение признается одной из целей развития таможенных служб государств-членов Евросоюза, США, Японии и других стран.

Важную роль в системе управления рисками играет аналитическая составляющая. Система управления рисками связана с определением области риска и вероятностью совершения правонарушений. На этой основе определяются критерии, которые взятые вместе, служат в качестве практического инструмента риска-сочетание факторов риска, основанная на собранной информации, которая была проанализирована и классифицирована по определенным категориям. Данные процедуры выполняются в определенной логической последовательности. В первую очередь решаются вопросы стратегии решения задачи – определение области риска, а также критерии оценки риска, затем подлежат определению сами риски. Для этого необходим глубокий анализ всей структуры внешнеэкономической сделки, начиная с предпосылок ее заключения. Анализируются вопросы, связанные со сведениями об участниках сделки, сильные и слабые стороны, возможности и предпосылки возникновения риска. На третьем этапе анализируется сам риск. На данной стадии определяется вероятность наступления риска и потенциальные последствия его возникновения. Результатом анализа является определение уровня риска. Затем осуществляется сопоставление данного риска с уже



имеющимися рисками и установление его значимости, приоритетности. После решения данных задач определяется план действия, направленный на предотвращение совершения правонарушения, в том числе организационного характера.

Должностные лица таможенных органов, осуществляющие выявление и анализ рисков, используют информацию из источников: базы данных электронных копий поданных, а также зарегистрированных и оформленных ГТД; базы данных электронных уведомлений о направлении товаров; базы данных электронных копий деклараций таможенной стоимости и корректировок таможенной стоимости (КТС); базы данных электронных журналов; центральный реестр субъектов ВЭД (ЦРСВЭД); базу данных информационного обмена с Европейским бюро по борьбе с мошенничеством (OLAF); базу данных внешней торговли ЕС; базу данных внешней торговли стран-участниц СНГ; базу данных по итогам внешней торговли МВФ; базу данных внешней торговли ООН (Comtrade).

Информация о рисках может быть передана в координирующее подразделение ФТС России любым заинтересованным лицом через официальный сайт ФТС России в сети Интернет. Анализ информации проводится по направлениям, определенным Перечнем критериев отнесения товаров, внешнеэкономических операций и лиц к группам риска, который доводится до таможенных органов письмом ФТС России.

С целью единообразного выявления и анализа рисков ФТС России разрабатывает на основании предложений РТУ и таможен целевые методики выявления рисков, типовые правила. При выявлении риска уполномоченное должностное лицо таможенного органа определяет его степень с применением целевой методики выявления рисков и (или) экспертным методом (например, исходя из рассчитанной потенциальной суммы недополученных таможенных платежей).

В целях реализации принципа выборочности при проведении таможенного контроля, упорядочения и систематизации обмена информацией, взаимодействия подразделений координации и применения системы управления рисками таможенных органов, подразделений, осуществляющих таможенное оформление и таможенный контроль, с подразделениями таможенной инспекции при применении системы управления рисками, в соответствии с положениями Таможенного кодекса Российской Федерации [10].

Подразделения таможенной инспекции организуют и проводят проверку достоверности сведений после выпуска товаров и (или) транспортных средств с применением форм таможенного контроля, в том числе таможенной ревизии, установленных Таможенным кодексом. С этой целью подразделения таможенной инспекции в пределах своей компетенции и взаимодействия осуществляют: анализ информации о



деятельности отправителей товаров, получателей товаров, лиц, ответственных за финансовое урегулирование, декларантов, таможенных брокеров (представителей), владельцев складов временного хранения, владельцев таможенных складов и таможенных перевозчиков с целью выявления рисков; разработку проектов профилей риска или подготовку предложений о целесообразности разработки проектов профилей; организацию, координацию и проведение проверочных мероприятий; анализ результатов проверочных мероприятий, и при выявлении рисков - передачу информации в подразделение координации и применения СУР таможенных органов.

Проверочные мероприятия проводятся подразделениями таможенной инспекции в общем порядке в соответствии с положениями таможенного законодательства Российской Федерации, правовых актов ФТС России. В целях ускорения актуализации информации, касающейся таможенного контроля, взаимодействующие подразделения по возможности используют современные технологии информационного обмена (электронная почта, телефакс).

Взаимодействие осуществляется при применении СУР в следующих случаях: при анализе деятельности лиц, по которым подразделениями таможенной инспекции выявлены риски; при получении информации о деятельности лиц от подразделений координации и применения СУР по результатам анализа эффективности применения прямых мер по минимизации рисков, содержащихся в профилях рисков; при получении информации от подразделений таможенной инспекции о лицах, в отношении которых затруднены проверочные мероприятия; при получении информации о деятельности лиц, у которых отсутствует индивидуальный таможенный номер (ИТН) в Центральном реестре субъектов внешнеэкономической деятельности (ЦРСВЭД); при анализе информации о деятельности лиц, перемещающих товары, в отношении которых таможенный контроль при таможенном оформлении проводится не в полном объеме.

При проведении структурными подразделениями таможенных органов анализа рисков в отношении товаров, перемещаемых лицами, информация о выявленных рисках передается в подразделение таможенной инспекции с целью принятия решения о проведении таможенного контроля после выпуска товаров. Информация о результатах проведения таможенного контроля направляется подразделением таможенной инспекции в течение пяти календарных дней в УТИ ФТС России по оперативным каналам связи (Приказ ФТС РФ от 17.08. 2005 №751 «Об утверждении порядка взаимодействия при применении системы управления рисками»).



Список использованных источников:

1. Бурчик Н.Е., Нечаев Б.П. Совершенствование таможенного администрирования в рамках Таможенного Союза. Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» Москва, 2022. С. 9-13

2. Журавлев М.В., Бузулуцкая М.В. Основные направления и перспективы развития ФТС. Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» Москва, 2022. С. 14-17

3. Ошиткова Д.С., Бузулуцкая М.В. Перспективы развития межгосударственного регулирования в рамках Таможенного Союза. Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» Москва, 2022. С. 101-105

4. Косикова Ю.А., Филатов В.В., Мишаков В.Ю., Кудрявцев В.В., Положенцева И.В., Фадеев А.С. Анализ внешнеторговой политики Российской Федерации и предложения по увеличению ее эффективности. Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2020. № 3 (387). С. 5-10.

5. Косикова Ю.А., Филатов В.В., Мишаков В.Ю. Теоретические аспекты построения государственной внешнеторговой политики РФ. Дизайн и технологии. 2021. № 81 (123). С. 95-99.

6. Ормоцадзе Л.Г., Бузулуцкая М.В. Разработка системы мониторинга качества таможенных услуг. В сборнике: Актуальные проблемы экспертизы, технического регулирования и подтверждения соответствия продукции текстильной и легкой промышленности. Сборник научных трудов по материалам 2-го Круглого стола с международным участием. Москва, 2022. С. 187-192.

7. Постовой И.Р., Филатов В.В., Нечаев Б.П. Анализ рыночных принципов экономики таможенного дела. В сборнике: Сборник научных трудов Международного научно-технического Симпозиума «Экономические механизмы стратегического управления развитием промышленности» III Международного Косыгинского Форума «Современные задачи инженерных наук». Москва, 2021. С. 97-103.

8. Стасюк К.Д., Логунова Н.Ю. Риски недостоверного декларирования сведений о технологическом оборудовании пищевой промышленности. Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» Москва, 2022. С. 127-131

9. Филатов В.В., Безпалов В.В., Мишаков В.Ю., и др. Моделирование бизнес – процессов в сфере внешнеэкономической и финансовой деятельности. Учебник, Москва, 2020.

10. Шигабутдинова М.Ш., Логунова Н.Ю. Организация таможенной экспертизы пищевых продуктов и сельскохозяйственных товаров. Сборник



материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Инновационное развитие техники и технологий в промышленности», Ч.5, Москва, 2022

© Сухина Е.А., Филатов В.В., 2022

УДК 657.6

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ПРИ ПРОВЕДЕНИИ АУДИТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Сучко Ю.А.

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

Качество представляет собой соответствие продукции (работ, услуг) различным целям, требованиям и потребностям пользователей [1].

В соответствии со статьей 2 Закона Республики Беларусь «Об аудиторской деятельности» контроль качества работы аудиторской организации, аудитора – это совокупность координационных приемов, методик и процедур, которые помогают проверить, соблюдаются ли аудитором, аудиторской организацией правила аудиторской деятельности, а также обоснованно ли сформированы ими выводы и аудиторское мнение [2].

Основными целями контроля качества, которые должны быть установлены аудиторской организацией, можно обозначить: профессионализм, умение и компетентность, консультирование, принятие и сохранение клиентов, мониторинг и др.

Данные цели контроля качества аудита необходимо изложить рабочему персоналу аудиторской организации, чтобы в дальнейшем перечисленные цели были понятны и применены на практике.

Существуют факторы, от которых зависят внутреннее содержание системы контроля качества аудита, затраты времени и ресурсов на ее функционирование. К ним относятся: размер, специализация, организационной структура аудиторской организации, наличие филиалов, а также экономическая эффективность использования системы контроля качества.

Аудиторы и аудиторские организации в обязательном порядке должны проходить внешний контроль качества выполняемой работы, а также предоставлять все необходимые данные и документы для проверки.

Внешний контроль качества аудиторской деятельности, в свою очередь, предполагает соблюдение аудиторами требований, которые прописаны в Законе «Об аудиторской деятельности». Данный вид контроля



осуществляется самоуправляемыми организациями аудиторов по отношению своих членов.

Предварительный внешний контроль качества подразумевает собой сдачу квалификационного экзамена, который дает возможность вести аудиторскую деятельность.

Текущий и последующий внешний контроль в свою очередь, представляет собой надзор за деятельностью аудиторов.

Согласно Постановлению Министерства финансов Республики Беларусь от 18.10.2019 № 59 «Об оценке качества работы аудиторских организаций, аудиторов, осуществляющих деятельность в качестве индивидуальных предпринимателей, аудиторов» существуют принципы, которыми руководствуется Аудиторская палата при проведении внешней оценки качества аудита [3].

Отметим, что уклонение от проведения внешней проверки качества либо сокрытие от проверяющих органов необходимой документации является причиной для ликвидации аудиторской организации или завершения деятельности аудитора. Тем временем виновные лица могут быть привлечены к ответственности, вплоть до аннулирования квалификационного аттестата аудитора.

Также у аудиторов и аудиторской организации должен проводиться внутренний контроль качества аудита. Система внутреннего контроля существует для того, чтобы работа аудиторов и аудиторской организации соответствовала стандартам аудиторской деятельности.

Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 23.01.2002 № 8 утверждены Национальные правила аудиторской деятельности «Внутренний контроль качества аудита». В соответствии с данными Правилами аудиторской организации следует определить совокупность организационных мер, методик и процедур внутреннего контроля качества, которые будут направлены на то, чтобы качество оказания аудиторских услуг (в соответствии с нормативными правовыми актами Республики Беларусь, которые регулируют аудиторскую деятельность) было на высшем уровне [1].

Внутриорганизационный контроль качества основывается на выполнении определенных обязанностей сотрудников аудиторской организации во время аудита; определении требований, которые предъявляются к организации внутриорганизационного контроля качества; утверждении порядка контроля качества работы во время проведения аудита [4].

Внутренний контроль качества, как и внешний, также делится на предварительный, текущий и последующий.

Предварительный внутренний контроль включает в себя подготовку программы аудита для дальнейшего его выполнения по указаниям.



Во время текущего внутреннего контроля происходит наблюдение за работой исполняющих лиц и проверка выполненной работы.

Последующий внутренний контроль представляет собой проверку результатов деятельности каждого из исполняющих лиц.

При проверке результатов выполненной работы проверяющий даёт оценку действиям проверяемого объекта, замечания, комментарии, а также рекомендации, при этом в проверяемых рабочих документах в обязательном порядке ставится подпись сотрудника, осуществляющего проверку.

Существует подход к определению качества аудита – сочетание соответствия и стандартам, и стоимости. На основе данного подхода необходимо оценить реальную стоимость аудиторских услуг, опираясь на их качество. В данном случае необходимо извлекать наибольшую пользу от затраченных ресурсов. Приобретение аудиторских услуг ниже рыночной стоимости означает приобретение её по цене ниже уровня доверия. Это говорит о вероятности получения аудиторской процедуры с качеством, обусловленным низким уровнем доверия.

Для осуществления контроля за качеством аудита необходимо наличие нескольких процедур. Без них аудит будет некачественным. К данным процедурам относят: расчет уровня существенности; составление плана аудиторской проверки с рассмотрением аудиторских процедур; наличие у аудитора документов, в которых отражается объем выполненных работ, сделаны выводы и т.д.

Список процедур проверки качества аудита имеет широкое разнообразие. Но основными из них выделяют:

проведение анализа перечня аудиторских услуг, которые предлагают аудиторские организации, удельного веса предлагаемых аудиторских услуг в общем объеме выручки от реализованных услуг;

сравнение выручки, которую получили от предоставления консультационных услуг и выручки, полученной от проведения аудиторских проверок;

контроль за наличием фактов, доказательств, обоснованности в случае возникновения претензий со стороны заказчика, налоговых, правоохранительных органов, органов государственной власти по поводу качества проведенного аудита;

определение соответствия рекомендаций, выводов, которые обозначены в аудиторском заключении, действующему законодательству Республики Беларусь;

проведение проверки на наличие внутренней системы контроля качества деятельности аудиторской организации, наличие собственно разработанных руководством организации стандартов и их согласованность с правилами аудиторской деятельности [5].



Таким образом, для повышения качества ведения аудиторской деятельности необходимо соблюдать нормы Закона Республики Беларусь «Об аудиторской деятельности»; лицензионные условия и требования; нормы профессиональной этики; требования Международных стандартов аудита; требования, правила, созданные внутри аудиторской организации; условия договора на оказание аудиторских услуг и др.

Также для того, чтобы аудиторская деятельность соответствовала необходимому профессиональному уровню, необходимо соблюдать нормы Кодекса этики профессиональных бухгалтеров (далее Кодекс), принятого Международной федерацией бухгалтеров. В соответствии с Кодексом устанавливаются принципы этики, стандарты поведения профессионального бухгалтера, концептуальные основы для выявления, оценки и устранения угроз соблюдению основополагающих принципов [1].

Немаловажную роль играет удовлетворение интересов пользователей профессионального мнения аудитора. Например, мнение заказчика о том, как аудитор справился с выявлением ошибок или признака мошенничества, как помог предотвратить негативные явления; как его услуги повлияли на продвижение на рынке, на совершенствование управления деятельностью организации; какие перспективы развития заказчика он оценил при проверке и т.д.

Кроме того, аудиторской организацией следует оценивать и анализировать качество проведенных процедур. Аудиторские процедуры, применяемые в организации, в свою очередь, должны обеспечивать уверенность в том, что они эффективны.

Список использованных источников:

1. Лемеш, В.Н. Контроль и аудит : учеб. пособие / В.Н. Лемеш. – 4-е изд., перераб. и доп. – Минск : Амалфея, 2022. – 316 с.

2. Закон Республики Беларусь «Об аудиторской деятельности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://minfin.gov.by/upload/audit/acts/zakon_180719_229z.pdf. – Дата доступа: 21.04.2022.

3. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 18.10.2019 № 59 «Об оценке качества работы аудиторских организаций, аудиторов, осуществляющих деятельность в качестве индивидуальных предпринимателей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://minfin.gov.by/upload/audit/acts/postmf_181019_59.pdf. – Дата доступа: 23.04.2022.

4. Контроль качества работы аудитора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ozlib.com/1087797/ekonomika/kontrol_kachestva_raboty_auditora. – Дата доступа: 23.04.2022.



5. Контроль качества аудита [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studbooks.net/1318351/buhgalterskiy_uchet_i_audit/kontrol_kachestva_audita. – Дата доступа: 25.04.2022.

© Сучко Ю.А., 2022

УДК 657.6

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Сучко Ю.А.

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

Актуальность данной темы заключается в том, что в ходе аудита происходит проверка и документальное подтверждение наличия, состояния и оценки основных средств, состоящих на балансе организации. Достоверное отражение основных средств, в свою очередь, значительно влияет на финансовые показатели организации.

Единые требования к проведению аудита аудиторскими организациями, аудиторами в соответствии с оцененными рисками существенного искажения информации как на уровне бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целом, так и на уровне предпосылок ее подготовки устанавливаются Национальными правилами аудиторской деятельности «Аудиторские процедуры, выполняемые в соответствии с оцененными рисками» [1].

На начальном этапе аудита аудиторская организация должна определить перечень, характер, объем и сроки проведения аудиторских процедур, учитывающих особенности формирования информации по операциям с основными средствами [2, с. 226].

В свою очередь, аудиторские процедуры – это определенный порядок действий аудитора, целью которых является получение доказательств в конкретной области аудита.

Характер выполняемых аудиторских процедур зависит от их целей и вида. В зависимости от целей аудита выделяют: тесты средств контроля; процедуры проверки по существу.

По виду выполняемых процедур выделяют: инспектирование учетных записей и документов; инспектирование материальных активов; наблюдение; запрос; пересчет; повторное выполнение; аналитические процедуры.

В соответствии с пунктом 16 Национальных правил аудиторской деятельности «Аудиторские процедуры, выполняемые в соответствии с оцененными рисками» при определении объема аудиторских процедур необходимо принимать во внимание риски существенного искажения



информации, уровень существенности, уровень уверенности, который планирует получить аудиторская организация. Рост объема аудиторских процедур может быть эффективным в том случае, когда данные аудиторские процедуры целесообразны по отношению к конкретным рискам существенного искажения информации [1].

В ходе аудита проверяемая организация предоставляет большой объем данных, поэтому аудиторы применяют выборочный метод при исследовании данной информации. Выборочный метод заключается в том, что проведение аудита осуществляется в отношении некоторых характеристик проверяемой совокупности с целью получения аудиторских доказательств и, в дальнейшем, формирования мнения обо всей совокупности в целом. Но всё же аудиторская организация должна учитывать, что в случае, когда объем выборочной совокупности слишком мал или ошибки не были выявлены надлежащим образом, возникает риск формирования неточного вывода по выборке, в отличие от вывода, который мог бы быть сделан по всей совокупности.

Аудиторские доказательства, в свою очередь, представляют собой информацию, которую использует аудитор при формировании вывода, на котором, собственно, и обосновывается аудиторское мнение [3].

Также аудиторская организация должна определить временные рамки (сроки) выполнения аудиторских процедур.

Время выполнения аудиторской проверки зависит от срока, который отведён на получение аудиторских доказательств.

Тесты средств контроля или процедуры проверки, по существу, могут проводиться аудиторской организацией на промежуточную дату или на конец отчетного периода. Чем больше риск существенного искажения информации, тем эффективнее может быть выполнение процедур проверки по существу на конец отчетного периода, а также выполнение аудиторских процедур без предварительного уведомления.

В то же время проведение аудиторской проверки на промежуточную дату помогает аудитору выявить серьезные отклонения на ранней стадии аудиторской проверки и устранить их с помощью руководителя аудируемой организации.

Существуют аудиторские процедуры, которые выполняют в конце отчетного периода или после его окончания. Например, проверка корректировок, сделанных в процессе подготовки отчетности, а также проверка соответствия данных бухгалтерской (финансовой) отчетности с данными бухгалтерского учета.

Как было сказано ранее, для получения аудиторских доказательств при проведении аудита операций с основными средствами используются определенные аудиторские процедуры. Рассмотрим каждую из них.



1. Инспектирование учетных записей и документов представляет собой проверку записей и документов, созданных внутри или вне проверяемого лица на бумажных, электронных или других носителях информации. Инспектирование позволяет получить аудиторские доказательства различной степени надежности в зависимости от характера и источника проверяемых учетных записей или документов, а также от эффективности функционирования средств внутреннего контроля. По отношению к основным средствам при проведении данной процедуры проверяются все документы, относящиеся к предмету проверки. Например, при аудите поступления основных средств в результате их обмена на другое имущество проверяются товарообменные договора, товарно-транспортные или товарные накладные, акты о приеме-передаче основных средств, правомерность включения расходов в первоначальную стоимость, данные счетов 08 «Вложения в долгосрочные активы» и 01 «Основные средства», Главная книга, Бухгалтерский баланс и другие документы;

2. Инспектирование материальных активов представляет собой проверку физического наличия материальных активов. Данная процедура может обеспечить надежные аудиторские доказательства относительно существования материальных активов, но не обязательно относительно права собственности аудируемого лица на них или их стоимостной оценки [4]. Инспектирование, например, отдельных объектов основных средств обычно сопровождается наблюдением за их инвентаризацией – проверкой соответствия фактического наличия активов данным бухгалтерского учета;

3. Наблюдение – запланированное и целенаправленное восприятие объекта, процесса, явления и т.д., полученные результаты которого фиксируются наблюдателем. Наблюдение, в свою очередь, обеспечивает получение аудиторских доказательств в отношении конкретной процедуры, процесса. Данная процедура проводится в определенный период времени, а также может повлиять на исследуемый процесс, процедуру. Относительно основных средств наблюдение используется при участии аудитора в проведении инвентаризации основных средств;

4. Запрос – поиск финансовой и нефинансовой информации у осведомленных лиц в пределах или за пределами аудируемого лица. Это могут быть как официальные письменные запросы, адресованные третьим лицам, так и неофициальные устные, адресованные работникам аудируемого лица. Неотъемлемой частью процедуры является оценка информации, полученной в результате запроса. При проведении аудиторской проверки основных средств запрос может использоваться, например, при необходимости получения подтверждения контрагентов организации о совершении сделки с аудируемым лицом, в результате которой произошло поступление или выбытие основных средств.



5. Пересчет представляет собой проверку точности арифметических расчетов в первичных документах и учетных записях либо выполнение самостоятельных расчетов. Пересчет позволяет выявить арифметические ошибки в бухгалтерском учете, которые впоследствии могут относиться к мошенничеству. Так, например, при проведении переоценки основных средств неправильно определена переоцененная стоимость. Такую ошибку легко определить с помощью пересчета.

6. Повторное выполнение – это независимое выполнение аудиторской организацией процедур или контрольных действий, которые ранее были осуществлены руководством или работником аудируемого лица в рамках системы внутреннего контроля. В случае возникновения у аудитора сомнений по поводу первоначальной стоимости основного средства, которая была определена работником проверяемой организации, то аудитор вправе произвести повторный аудит с целью проверки правильности определения данной стоимости;

7. Аналитические процедуры – оценка финансовой информации, полученной путем изучения вероятных взаимосвязей как между финансовыми, так и нефинансовыми данными. Также данные процедуры исследуют выявление отклонений и взаимосвязей, которые не сходятся с иной соответствующей информацией или значительно отклоняются от прогнозных значений. Касаясь основных средств аналитические процедуры используются, например, при соотношении показателей по основным средствам в бухгалтерской отчетности с плановыми показателями аудируемого лица, показателями бухгалтерской отчетности предыдущих периодов, среднеотраслевыми данными и другими показателями.

Таким образом, можно сделать вывод, что при проведении аудита операций с основными средствами может использоваться любая аудиторская процедура как в отдельности, так и в различной совокупности. При проведении аудита следует учитывать уместность каждой из процедур и целесообразность их проведения в данной ситуации. Аудитор сам принимает решение на основании своего профессионального суждения о том, какие процедуры следует использовать в том или ином случае. Также на перечень применяемых при аудите процедур оказывает влияние уровень существенности, определенный на этапе планирования аудита, и оценка аудиторского риска, которая в свою очередь может повлиять не только на используемые в процессе аудита процедуры, но и на объем и временные рамки аудиторской проверки.

Список использованных источников:

1. Национальные правила аудиторской деятельности «Аудиторские процедуры, выполняемые в соответствии с оцененными рисками» [Электронный ресурс]. – Режим доступа:



https://minfin.gov.by/upload/audit/rules/postmf_011210_147.pdf. – Дата доступа: 08.05.2022.

2. Лемеш, В.Н. Контроль и аудит : учеб. пособие / В.Н. Лемеш. – 4-е изд., перераб. и доп. – Минск : Амалфея, 2022. – 316 с.

3. МСА 500 «Аудиторские доказательства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.audit-it.ru/terms/audit/msa_500.html. – Дата доступа: 09.05.2022.

4. Стандарты, устанавливающие методы получения аудиторских доказательств [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wiseeconomist.ru/poleznoe/61669-standarty-ustanavlivayushhie-metody-polucheniya-auditorskix-dokazatelstv>. – Дата доступа: 08.05.2022.

© Сучко Ю.А., 2022



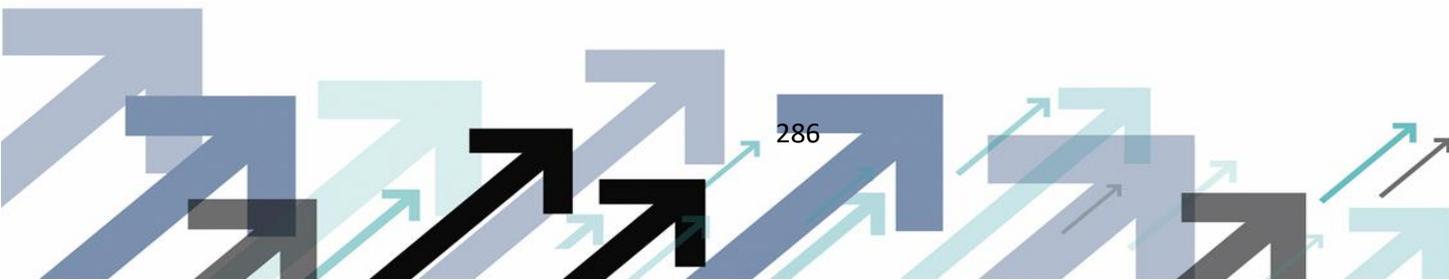
Авторский указатель

- Антонов М.П., 48
Бондарчук М.М., 195
Воронина Н.И., 218
Гасанбеков С.К., 80
Горский А.А., 237
Гребнева А.Д., 253
Джой Е.С., 187
Дружинина И.А., 161
Зернова Л.Е., 64, 206
Иващенко Н.С., 158, 211
Ильина С.И., 191
Имамова Д.Р., 87
Квач Н.М., 102, 110
Клюня В.Л., 61
Коротун О.Н., 84
Кочеткова Е.С., 169, 172, 174, 178
Кущенко Д.В., 113
Макарова Т.Л., 123
Мишаков В.Ю., 201
Морозов Р.В., 93
Никифоров С.А., 4
Носова Д.А., 53
Огурцова Н.С., 138, 241
Одинцова О.В., 71
Павлов К.В., 4
Павлова В.В., 12
Павлова Д.А., 8
Павлова И.Г., 68
Панов А.В., 18
Панфилов М.С., 21
Парахина К.О., 23
Пахомова О.С., 29
Пашкова Д.Д., 33
Перфильева А.М., 40
Песчанникова А.Р., 43
Петрова З.А., 105
Пилипенко В.А., 48
Политова Р.В., 75, 181
Полякова А.А., 53
Полякова Т.И., 57
Понизник Т.В., 61
Пономарева А.С., 12
Потапенко П.Г., 64
Потапов А.А., 68
Прокопенко М.В., 71
Пулькинова Т.В., 169, 172, 174,
178
Пурыскина В.А., 8
Путина А.М., 75
Разживин Р.Г., 80, 84
Рахматова Г.Н., 87
Рачковская П.А., 90
Редько А.В., 93
Родионова Е.И., 96
Рожков Е.В., 99
Руденко Д.В., 102
Рязанова Ю.Р., 105
Сабиржанова Е.В., 110
Сакова А.А., 113
Салямova К.А., 118
Санникова Е.А., 121
Сапрыкина О.А., 266
Сармина А.В., 123
Сати Р.С., 4
Сафанович К.Ю., 127
Сафаралиев Ф.М., 133
Сафронова Д.А., 138
Свергун А.Е., 143
Свиридова И.Ю., 147
Седова О.А., 152
Семенов А.А., 158
Семёнов Е.А., 169, 172, 174, 178
Семенова А.А., 161
Семенова В.С., 166



Семикина С.Д., 181
Серова Т.А., 187
Сидорук А.А., 191
Симанина А.В., 195
Симинович Е.В., 198
Смакова В.А., 198
Смакуев А.Д., 201
Смирнов А.А., 206
Смирнов Д.Ю., 215
Смирнов С.С., 218
Смирнова Л.Г., 211
Соболева Е.А., 187
Соколова И.С., 223
Старкова Д.В., 227
Стасюк К.Д., 231
Стегний С.И., 237
Степанова В.А., 241
Столярова А.Л., 246

Стрижевич А.С., 249
Ступин Р.С., 253
Суровова М.А., 258
Сутягина М.С., 262
Сухарева О.А., 266
Сухинина Е.А., 270
Сучко Ю.А., 276, 280
Ткачук А.Е., 201
Усачева А.С., 118
Феоктистова Т.В., 18
Филатов В.В., 23, 231, 270
Фокина О.В., 152
Цурганов В.Н., 127
Черникова О.П., 33
Шимаров Н.В., 262
Шинкарук В.А., 127
Янкович Д.О., 61





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



УНИВЕРСИТЕТ
КОСЫГИНА

ВЕКТОР

Научное издание

**«Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития»
(Вектор-2022)
сборник материалов
Часть 4**

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 №183-Н/22

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

Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина

