

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-2023)**

ЧАСТЬ 5

**МОСКВА
2023**

ВЕКТОР

**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-2023)**

25 мая 2023 г.

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
Часть 5**

МОСКВА - 2023



УДК 33(06)
ББК 65
В85

В85 Всероссийская научная конференция молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2023): сборник материалов / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство). Часть 5 – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2023. – 255 с.

ISBN 978-5-00181-424-5

Сборник составлен по итогам Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2023), состоявшейся 25 мая 2023 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-2023) ссылка на сборник статей обязательна.

УДК 33(06)
ББК 74:58:72

Редакционная коллегия

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

Научное издание

ISBN 978-5-00181-424-5

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2023

© Коллектив авторов, 2023

© Дизайн Бузькевич А.О.





УДК 338.26

ПРИМЕНЕНИЕ БАЛАНСОВОГО МЕТОДА В ПЛАНИРОВАНИИ

Стерхова А.А., Титов В.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Традиционным и наиболее распространенным методом в экономике является баланс, реализуемый через систему балансов. Баланс выполняет различные задачи, разрабатывается для разных целей и используется в различных областях экономической деятельности, таких как планирование, прогнозирование, статистика, учет и анализ экономической деятельности. Их целостность позволяет охарактеризовать, объединить и сбалансировать ряд экономических процессов и явлений.

Балансовый метод планирования – метод, используемый для планирования развития отдельных отраслей и производств и региональных экономических комплексов.

Он используется для измерения потребностей и ресурсов, согласования затрат и результатов, координации и согласования всех целей и показателей плана и обеспечения согласованности и сбалансированности всех частей плана.

Балансовый метод является важным инструментом для выявления экономических резервов, определения пропорций материалов, затрат и труда, соответствующих целям и задачам плана, и обеспечения оптимального и сбалансированного экономического развития при реализации плана. Поэтому балансовый метод используется для того, чтобы избежать и преодолеть отдельные диспропорции в экономике.

Балансовый метод предполагает разработку балансов, представляющих собой систему показателей, в которой одна из ресурсных составляющих источников дохода равна другой, показывающих распределение их потребления по всем секторам.

Широкое использование балансового метода для планирования и прогнозирования в значительной на использовании основного балансового уравнения: Начальный запас + Источники поступления = Направления использования + Конечный запас

Начальный запас обычно является фактическим запасом на начало планируемого периода. Конечные запасы представляются в качестве базы. Поэтому, если известно какое потребление ресурсов необходимо, можно легко определить требуемое производство из формулы основного баланса, и, если известно производство, можно рассчитать планируемое





потребление, а если известны и производство, и потребление, можно определить стоимость конечного запаса ресурса.

Разработка баланса состоит из трех этапов:

1. Сбор информации, характеризующей объект исследования во времени (нормативная и справочная информация).
2. Упорядочение полученной информации (схема баланса).
3. Обработка информации с использованием логических, статистических и математических методов и приемов для установления количественных отношений, и взаимосвязей в исследуемом объекте (расчет баланса).

Все три этапа балансового метода находятся в диалектическом единстве. Существуют различные балансы, отражающие воспроизводство общественного продукта, формирование и использование доходов внутри страны, наличие и распределение трудовых ресурсов.

Балансы, используемые в планировании и прогнозировании, подразделяются на три категории: материальные балансы, денежные балансы и трудовые балансы.

Материальные балансы представляют собой систему показателей, которая определяет количественную корреляцию между ресурсами, сформированными в соответствии с источником дохода, и ресурсами, распределенными в соответствии с направлением использования. Такие балансы характеризуют производство и использование конкретных видов продукции, материалов, производственных мощностей, оборудования, основных средств.

Материальные балансы разрабатываются в физических единицах, условно натуральном и стоимостном выражениях и состоят из двух частей: ресурсной части, отражающей ресурсы по всем источникам поступления, и распределительной, характеризующей направления использования ресурсов. Эти части должны быть равными.

Материальные балансы разрабатываются на всех уровнях управления – компаниях, отраслях, стране в целом и показывают обеспеченность производства продукцией, сырьем, материалами, устанавливают материально-вещественные пропорции в народной экономике.

В совокупности материальных балансов выделяются: топливно-энергетические, которые характеризуют наличие, распределение и использование топлива и энергии в стране. Он разрабатывается в натуральном выражении и в пересчете на обычное топливо.

В ресурсной части баланса так же могут отражаться группы и виды топливно-энергетических ресурсов. Распределительная часть отражает





потребление топлива и энергии в целевых областях их использования, их потери, побочные расходы и балансы с потребителями и поставщиками.

Баланс определяет общий объем и структуру производства и потребления всех видов топлива и энергии в стране, определить их использование.

Баланс производственных мощностей показывает наличие мощностей на начало и конец периода, движение, уровень использования производственных мощностей для производства конкретных видов промышленной продукции. Он составляется в натуральном выражении, но в ряде отраслей машиностроения также и в стоимостном выражении.

Балансы машин и оборудования характеризуют общий размер ресурсов оборудования и машин и их распределение по областям использования.

Балансы основных фондов отражают воспроизводство основных фондов по народному хозяйству, отраслям и формам собственности. Эти балансы имеют важное значение для анализа воспроизводства, изучение объема и структуры основных фондов в народном хозяйстве, расчет показателей эффективности их использования. Они используются для расчета показателей износа, периода полураспада, обновления и выбытия основных средств. Данные о наличии основных средств используются для расчета показателей капиталоемкости, коэффициента достаточности капитала, рентабельности капитала и других важных экономических расчетов.

Балансы затрат отражаются в процессе движения финансовых ресурсов, экономических отношениях, пропорциях, формировании и использования доходов государства, предприятий и населения в стоимостном выражении. Они характеризуют формирование доходов из всех источников дохода и их распределение по сферам использования.

Баланс денежных доходов и расходов населения используется для расчета реальных доходов, покупательной способности населения, спроса и предложения на товары, а также для регулирования денежного обращения и денежной эмиссии в стране. В баланс входят две составные части: доход и расход.

Баланс показывает оборот денег между социальными группами, миграцию денег в стране. Он разработан в рамках документов планирования и отражает баланс денежных доходов и расходов населения. Денежные доходы, за вычетом платежей за услуги, платежей и сбережений, представляют собой покупательные средства населения, в соответствии с которыми определяется объем розничного товарооборота.

Трудовые балансы представляют собой систему сводных и частных балансов, которая отражает процесс воспроизводства рабочей силы,





раскрывает наличие трудовых ресурсов и потребность в них по отраслям, сферам народного хозяйства, форм собственности, позволяет изучать состав трудовых ресурсов по социальным группам, выявлять трудовые резервы.

Одно из важных мест в системе трудовых балансов занимает сводный баланс трудовых ресурсов. Он состоит из двух частей: первая характеризует наличие и численный состав трудовых ресурсов, вторая часть – направления их использования по сферам и отраслям народного хозяйства, видам занятости, формам собственности и социальным группам с выделением городских и сельских районов. В системе балансов частных торговых марок существуют балансовые расчеты распределения молодежи по каналам обучения, балансы квалифицированных кадров, рабочих мест и другие.

Совершенствование балансового метода осуществляется по следующим направлениям:

1) разработывание теоретических и методологических проблем, без которых нет возможности на успешное решение каких-либо конкретных вопросов балансовых исследований;

2) кибернетизация балансовых конструкций с использованием экономико-математических методов и компьютеров для механизации балансовых расчетов и преобразования балансовых схем в оптимальные программные модели;

3) улучшение существующих балансовых отчетов;

4) определение методов и способов согласования отдельных балансов и балансовых систем с их последующей интеграцией.

Все эти четыре направления, дополняя друг друга в своем развитии, предусматривает совершенствование трех составляющих балансового метода – нормативно-справочной информации, балансовых схем, методов и способов расчетов.

Таким образом, необходимость совершенствования планирования на всех уровнях иерархической системы управления требует сочетания балансового метода, статистики, экономического анализа и планирования с экономико-математическими методами.

Список использованных источников:

1. Белюсева С. В., Лузгина О. А. Балансовый метод планирования незавершенного производства промышленного предприятия // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2011. №3.

2. Малюк, В.И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития: учебник и практикум для вузов/ В.И. Малюк.– Москва: Издательство Юрайт, 2022.– 361с.– (Высшее образование).





3. Охотников, И. В. Прогнозирование и планирование : учебно-методическое пособие / И. В. Охотников, И. В. Сибирко. – Москва : РУТ (МИИТ), 2018. – 71 с.

4. Стегний, В.Н. Прогнозирование и планирование: учебник для вузов/ В.Н. Стегний, Г.А.Тимофеева.– Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 210 с. – (Высшее образование).

© Стерхова А.А., Титов В.Н., 2023

УДК 33.339

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СТРАНЫ

Стецук Ю.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российский экономический университет
имени Г.В. Плеханова», Москва*

Статья посвящена рассматривается развитие электронной торговли (e-commerce), которая на сегодняшний день оказывает огромное влияние на многие аспекты современного общества. Прежде всего, поскольку электронная коммерция стала одним из предпочтительных способов совершения покупок за счет своего удобства и простоты, влияние проецируется на деятельность предприятий. Кроме того, посредством развития электронной торговли государства имеют возможность наращивать производственные обороты инновационных товаров и услуг, тем самым укрепляя свое положение на международном рынке.

В современном информационном мире одну из ключевых ниш занимает электронная торговля. Так, Интернет-торговля представляет собой динамично развивающийся технологичный рынок России, являясь также частью национальной экономики страны и оказывающий достаточно обширное влияние на мировой рынок. Многие аналитики отмечают, что на данный момент электронная торговля представляет собой лидирующую онлайн-деятельность, популярность которой с каждым днем растет в геометрической прогрессии.

Согласно трактовке Всемирной торговой организации (ВТО), электронная торговля определяется как «производство, сбыт, маркетинг, продажа или доставка товаров или услуг электронными средствами» [1].

На сегодняшний день, предприниматели рассматривают электронную торговлю не только, как канал сбыла продукции, но и как фантастический шанс расширить свой бизнес и сделать его более мощным и прибыльным. Именно поэтому инвестирование в расширение





электронной коммерции (торговли) является одним из ключевых шагов, помогающих сохранить конкурентное преимущество на рынке. Кроме того, важно отметить, что электронная коммерция обладает значительным потенциалом для стимулирования роста малых и средних предприятий (МСП) и в развитых, и развивающихся странах.

На сегодняшний день Китай является абсолютным лидером онлайн-торговли. Так показатель объема продаж электронной торговли в 2022 году в Китае превосходит аналогичный показатель Российского рынка в 25,42 раз, составляя 2135 млрд. руб. (рис. 1).

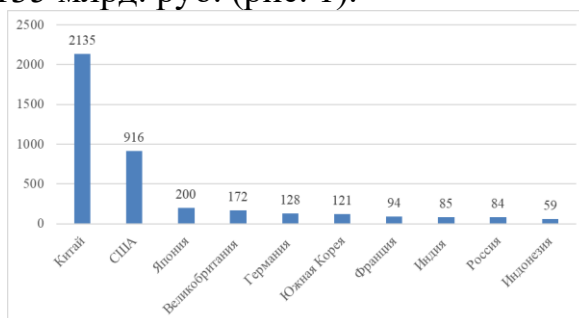


Рисунок 1 – Топ-10 стран в области розничной торговли по объему продаж за 2022 год, млрд. руб.

Несмотря на значительное развитие, наблюдаемое в последние годы в области электронной торговли в России, нашей стране так и не удалось войти в пятерку лидеров по результатам 2022 года, закрепившись на 9 позиции.

Такие результаты обусловлены множеством факторов, начиная от пассивности производителей и институционального регулирования электронной торговли, заканчивая недоверием потребителей к формам оплаты и совсем недолгой историей активного развития электронной торговли в России [2].

История развития электронной торговли в России насчитывает около двадцати лет, однако стремительное развитие начинается всего пять лет назад, когда основным толчком к развитию электронной торговли выступает стремительное внедрение результатов НТП. Таким образом, именно развитие цифровой среды в огромной мере предопределяет достижение нового уровня электронной торговли, ее трансформацию, совершенствование, а также закрепление на более высокой ступени международной торговли.

На сегодняшний день рынок электронной торговли в России в целом может быть охарактеризован как стабильно развивающийся и с каждым годом демонстрирующий все более высокую долю в общем обороте розничной торговли (рис. 2).



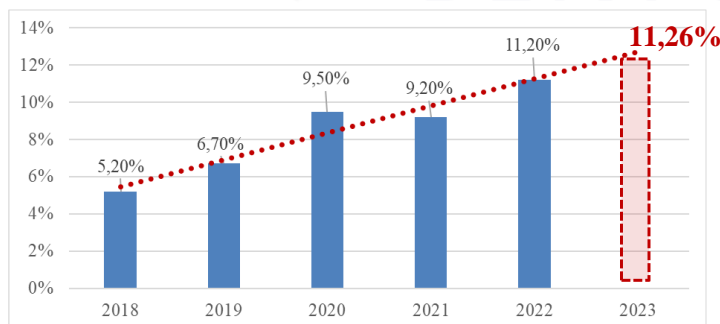


Рисунок 1 – Доля e-commerce в общем обороте розничной торговли в России, 2018-2022 гг.

Анализируя данные рис. 2, отчетливо прослеживается восходящий тренд, описывающий долю электронной торговли в общем обороте розничной торговли в России. Отмечу, что представленная гистограмма свидетельствует о том, что неблагоприятная экономическая ситуация последних лет не только не остановила развитие рынка, а в некоторой степени даже оказала на него положительное влияние. Так, многие эксперты сходятся во мнении, что наблюдаемый скачок в 2020 году был вызван пандемией коронавирусной инфекции, выступающей в качестве некоего стимула к росту. Сейчас же развитие продолжается по инерции, на закрепляющихся привычках потребителей [3]. Согласно прогнозу, ожидается, что в 2023 году данный показатель составит 11,26%.

Как уже было отмечено ранее, сейчас происходит достаточное стремительно развитие электронной коммерции в России. Согласно показателю, характеризующему рост розничных онлайн продаж в общей доле продаж по сравнению с предшествующим годом, в 2022 году Российская Федерация занимала лидирующую позицию. Так, в России доля онлайн продаж в 2022 году возросла на 38% по сравнению с 2021 годом в то время, как в Китае данный показатель составил всего 4%, в США – 16%.

Начало 2023 года также может быть описано положительными результатами в области электронной коммерции в России. Несмотря на сравнительно позднее применение электронных технологий в России по сравнению со странами Запада, а также Китае, сейчас электронная торговля основательно закрепилась на российском рынке, даже в нишах, где проникновение e-commerce до сих пор невелико даже в странах Европы (косметика, товары для ремонта).

Подводя итог, важно отметить, что электронная коммерция, являясь инновационным инструментом торговли, оказывает огромное влияние на экономический рост в реалиях глобальной экономики. Продолжающийся рост электронной коммерции может снизить инфляцию за счет уменьшения издержек, усиления конкуренции и изменения ценового поведения продавцов [5].





Список использованных источников:

1. Work Programme on Electronic Commerce [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/wkprog_e.htm (дата обращения 04.05.2023).

2. Интернет вещей [Электронный ресурс] / TAdviser.ru : портал. Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения 07.05.2023).

3. Биннатова, К. Б. Роль электронной торговли в современной экономике / К. Б. Биннатова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2022. – № 3. – С. 400-407. – EDN SKUTAA.

4. Ведущее государственное информационное агентство России ТАСС. Эксперты: оборот интернет-торговли в РФ в 2023 году может вырасти до 6,6 трлн рублей / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/16671819> (дата обращения 04.05.2023).

© Стецук Ю.Ю., 2023

УДК 330.322; 004.92

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ИНДУСТРИИ КОМИКСОВ

Сулейманов И.Р., Иващенко Н.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Комиксы – это значимая форма развлечения, которой пользуются миллионы людей во всем мире. Индустрия комиксов – большой и процветающий рынок, где каждую неделю выходят новые выпуски. Однако конкуренция в этой отрасли очень жесткая, и лишь немногие комиксы достигают коммерческого успеха [1]. В этой статье будут рассмотрены факторы, определяющие конкурентоспособность комиксов.

1. Качество сюжета. Одним из наиболее важных факторов, определяющих конкурентоспособность комиксов, является качество сюжетной линии. Убедительная и увлекательная сюжетная линия необходима для того, чтобы зацепить читателя и удержать его в процессе повествования [2]. Хорошая сюжетная линия должна иметь хорошо проработанных персонажей, захватывающие сюжетные моменты и последовательную структуру повествования. Сюжетная линия также должна быть оригинальной и свежей, поскольку читатели всегда ищут что-то новое и захватывающее.





2. Художественное оформление и иллюстрации. Еще одним важнейшим фактором, определяющим конкурентоспособность комиксов, является качество иллюстраций и произведений. Качественные иллюстрации и произведения могут значительно улучшить впечатления от чтения, делая историю более увлекательной и интересовающей. Иллюстрации должны быть визуально привлекательными, с вниманием к деталям и последовательностью стиля. Кроме того, иллюстрации должны эффективно передавать эмоции и настроение персонажей и сюжета [3].

3. Сила бренда и его продвижения. Брендинг и маркетинг комикса также являются существенными факторами, определяющими его конкурентоспособность. Успешные компании, выпускающие комиксы, вкладывают значительные средства в маркетинг для продвижения своих изданий и создания бренда. Сюда входят рекламные кампании, продвижение в социальных сетях, сотрудничество с другими брендами и СМИ. Сильный фирменный стиль и эффективная маркетинговая стратегия могут значительно повысить узнаваемость и популярность комиксов [4].

4. Учет предпочтений и ожиданий целевой аудитории (клиентоориентированность). Целевая аудитория – еще один важнейший фактор, который необходимо учитывать при управлении конкурентоспособностью комиксов [5]. Понимание демографии целевой аудитории необходимо для создания захватывающего сюжета, привлекательных иллюстраций и эффективных маркетинговых стратегий [6]. У разных возрастных групп и полов разные предпочтения и ожидания, когда речь идет о комиксах. Поэтому очень важно создавать контент, который отвечает интересам и предпочтениям целевой аудитории.

5. Наличие и удержание фанатов. Наконец, привлечение фанатов – важнейший фактор, определяющий конкурентоспособность комикса. Фанаты – это жизненная сила индустрии комиксов, и взаимодействие с ними необходимо для создания лояльной и преданной фанатской базы [7]. Это включает в себя взаимодействие с фанатами в социальных сетях, реагирование на отзывы и критику, а также создание возможностей для участия фанатов в творческом процессе. Взаимодействие с фанатами может помочь создать сильное сообщество вокруг комикса, что может привести к увеличению числа читателей и доходов.

6. Инновации и креативность. Инновации и креативность также являются важнейшими факторами, определяющими конкурентоспособность комикса. Индустрия комиксов постоянно развивается, и читатели всегда ищут что-то новое и захватывающее. Поэтому важно быть инновационным и творческим в создании новых сюжетов, персонажей и иллюстраций. Это может включать эксперименты





с новыми жанрами, стилями и методами повествования для создания уникального и свежего контента, выделяющегося на фоне конкурентов [8].

Кроме того, можно добавить ещё несколько, не менее важных аспектов, определяющих конкурентоспособность комиксов.

7. Последовательность в производстве. Еще одним существенным фактором, определяющим конкурентоспособность комиксов, является постоянство выпуска. Читатели ожидают регулярных выпусков своих любимых изданий, а задержки или перерывы могут привести к потере интереса и читательской аудитории [9]. Последовательность в производстве включает в себя соблюдение регулярного графика выпуска и поддержание высокого уровня качества в каждом выпуске. Это может быть непросто, но очень важно для того, чтобы читатели не теряли интереса к истории.

8. Уровень и сила партнерства. Наличие прочных связей в отрасли – еще один важнейший фактор, определяющий конкурентоспособность комикса. Отраслевые связи могут включать отношения с издателями, дистрибьюторами, розничными торговцами и другими авторами. Наличие прочных связей может помочь представить комикс более широкой аудитории, обеспечить более выгодные сделки по распространению, а также открыть возможности для сотрудничества и кроссоверов [10]. Создание и поддержание связей в отрасли может занять время, но это важная часть успеха в индустрии комиксов.

В заключение следует отметить, что конкурентоспособность комикса определяется сложным взаимодействием нескольких факторов. Сосредоточившись на качественном сюжете, высококачественных иллюстрациях, эффективном брендинге и маркетинге, понимании целевой аудитории, инновациях и креативности, последовательности в производстве, партнерских взаимоотношениях и вовлечении фанатов, создатели и издатели могут создавать контент, который выделяется на фоне конкурентов и покоряет сердца и умы читателей. Благодаря преданности делу, упорному труду и немного удачи любой комикс может стать коммерчески и критически успешным [11].

Список использованных источников:

1. Комиксы: история искусства. Куницына, О. Н. (2013). М.: АСТ.
2. Рынок комиксов: анализ и прогноз. Малышева, Н. В. (2016). Бизнес-информатика, (1), 53-61.
3. Комиксы и их влияние на развитие детской литературы. Александрова, О. А. (2019). Современная наука: актуальные проблемы теории и практики, (7), 26-30.
4. Комиксы как средство массовой коммуникации. Михайлова, Ю. В. (2018). Медиаскоп, (4), 67-74.





5. Иващенко, Н. С. Практико-ориентированная модель оценки клиентоориентированности организации // Н. С. Иващенко, Е. В. Билостенная // Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса : Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2022. – С. 42-46
6. Комиксы как культурный феномен. Михайлов, Е. В. (2016). Известия Уральского федерального университета. Серия 2, Гуманитарные науки, (2), 33-40.
7. Интерактивные комиксы на российском рынке: анализ и перспективы развития. Гузенко, Н. А. (2019). Научный результат. Серия Экономические исследования, (2 (10)), 42-47.
8. Комиксы в качестве инструмента повышения грамотности и культурного уровня. Никитенко, А. А. (2017). Мир науки, культуры, образования, (1), 155-158.
9. Конкурентоспособность комиксов на российском рынке. Ларионова, И. А., & Локтионова, Л. В. (2018). Менеджмент в России и за рубежом, (1), 77-84.
10. Изучение конкурентоспособности комиксов в контексте маркетинговой стратегии. Сидоркина, И. Н., & Калинина, О. В. (2019). Бизнес-информатика, (4 (46)), 62-70.
11. Анализ конкурентоспособности комиксов на примере Marvel и DC Comics. Шилова, Ю. С. (2018). Менеджмент в России и за рубежом, (3), 82-89.

© Сулейманов И.Р., Иващенко Н.С., 2023

УДК 339.138

СТАНОВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГА ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ

Сычев А.А.

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

В условиях современной экономики, когда конкуренция на рынке становится все более жесткой, компании вынуждены искать новые способы привлечения и удержания клиентов. Одним из таких способов является маркетинг партнерских отношений (МПО), который базируется на создании и поддержании долгосрочных взаимовыгодных отношений между компанией и ее клиентами.





В данной статье рассматривается становление МПО в России и задачи, которые решаются в рамках этого подхода. Для решения поставленной задачи был проведен анализ научной литературы по теме МПО, а также проведены исследования опыта применения МПО в российских компаниях. В работе используются стандартные методы исследования, такие как анализ и синтез, сравнение и обобщение.

С момента распада Советского Союза в 1991 году Россия стала переходить от плановой экономики к рыночной, что повлекло за собой изменения в сфере маркетинга. В 1990-ых годах маркетинг в России начал развиваться в соответствии с новыми экономическими условиями, а также с учетом особенностей российского рынка.

В начале 1990-ых годов маркетинг в России был ориентирован на импорт иностранных товаров, а также на продажу нефтегазовых ресурсов. Однако с развитием малого и среднего бизнеса, а также с появлением российских производителей, в маркетинге начали активно использоваться реклама, PR и продвижение на рынок собственных брендов.

Маркетинг партнерских отношений начал активно развиваться в России в 2000-ых годах, когда российские компании стали осознавать важность создания долгосрочных взаимовыгодных отношений с клиентами. В первую очередь, это было связано с тем, что на тот момент в России только начинали развиваться рынки товаров и услуг, а также с тем, что большинство российских компаний еще не имели большого опыта взаимодействия с клиентами и не понимали важность создания лояльности и доверия. В те годы МПО в России ассоциировался в основном с программами лояльности и бонусами для постоянных клиентов. Однако с течением времени понимание МПО расширилось и теперь включает в себя создание и поддержание взаимовыгодных отношений не только с клиентами, но и с поставщиками, партнерами и другими участниками бизнес-процессов.

Одной из особенностей МПО является индивидуальный подход к каждому клиенту. Компания должна стремиться к тому, чтобы узнать потребности каждого клиента и предложить ему наиболее подходящие продукты и услуги. При этом важно не только привлечение новых клиентов, но и удержание существующих. Для этого компании используют различные инструменты МПО, такие как программы лояльности, персонализированный маркетинг, создание сообществ и социальных сетей, кросс-продажи и т.д.

Программы лояльности являются одним из наиболее распространенных инструментов МПО. Они направлены на поощрение клиентов к повторным покупкам и удержанию их в числе постоянных покупателей. Такие программы предоставляют клиентам дополнительные





преимущества, такие как скидки, бонусы, подарки, бесплатные услуги и т.д.

Персонализированный маркетинг – это подход, при котором компания использует информацию о своих клиентах, чтобы предложить индивидуальный продукт или услугу, которая максимально соответствует их потребностям и интересам. Компания должна стремиться к тому, чтобы узнать максимальное количество информации о клиентах, такую как их предпочтения, историю покупок, поведение в интернете и т.д.

Создание сообществ и социальных сетей – это еще один инструмент МПО, который позволяет компаниям установить контакт с клиентами и создать сообщество единомышленников. Это может быть как офлайн сообщество (например, клуб покупателей), так и онлайн-сообщество (например, группа в социальной сети). Компания может использовать такие сообщества для общения с клиентами, сбора обратной связи, проведения опросов и т.д.

Кросс-продажи – это способ увеличения выручки от продаж за счет продажи дополнительных продуктов или услуг. Компания может использовать МПО для продвижения дополнительных продуктов или услуг своим клиентам, которые могут быть им интересны.

Однако, чтобы МПО был успешным, компании необходимо уделять большое внимание не только инструментам, но и отношениям с партнерами. Ключевым моментом является создание взаимовыгодных отношений, в которых каждая из сторон получает выгоды. Компании должны стремиться к тому, чтобы взаимодействие с партнерами было прозрачным и открытым, а партнеры ощущали себя уважаемыми и участниками общего дела. Важно также учитывать, что МПО – это процесс, который требует постоянной работы и развития, а не единоразовых мероприятий. Регулярное общение, оценка эффективности партнерских программ и анализ результатов позволяют улучшать отношения и достигать больших результатов вместе с партнерами. В конечном итоге, успешные партнерские отношения помогают компаниям укрепить свою позицию на рынке и добиться успеха в своей деятельности.

В современном мире, где конкуренция растет с каждым днем, маркетинг партнерских отношений становится неотъемлемой частью стратегии бизнеса. Создание и поддержание взаимовыгодных отношений с клиентами, поставщиками и партнерами позволяет компаниям не только укреплять свою позицию на рынке, но и развиваться. Однако для успешного МПО необходимо уделять большое внимание индивидуальному подходу к каждому клиенту, использованию эффективных инструментов МПО, а также созданию прозрачных и открытых отношений с партнерами. Регулярное общение и анализ





результатов помогают улучшить эффективность партнерских программ и добиваться больших результатов вместе с партнерами. Успешные партнерские отношения – это один из ключей к успеху в современном бизнесе.

Список использованных источников:

1. Т.З. Артюхова Сущность и особенности маркетинга взаимоотношений 2006 – 19 с.
2. В. В. Радаев Динамика деловых стратегий российских розничных компаний под воздействием глобальных торговых сетей 2005 – 29 с.
3. С.П. Куц, М.М. Смирнова Взаимоотношения компании с потребителями на промышленных рынках 2004 – 37 с.
4. Е.Н. Голубкова Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие 2003 – 54 с.
5. Е.А. Семерникова Становление маркетинга партнерских отношений 2015 – 72 с.
6. В.Н. Наумов Маркетинг взаимодействия как инструментарий управления системой сбыта 2014 – 77с.

© Сычев А.А., 2023

УДК 347

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ САМОЗАНЯТОСТИ ГРАЖДАН РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Таланова В.А., Джавадов Т.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Узунов Г.Б.

*Автономная некоммерческая организация
«Россия – страна возможностей», Москва*

Самозанятость – это особый налоговый режим, введенный в качестве эксперимента в 2019 году. Официально он называется «налог на профессиональный доход», сокращенно НПД.

Категория «самозанятые граждане», как участники правовых отношений достаточно новая. Правовой статус самозанятых был утвержден в 2017 г. в Налоговом кодексе РФ. В ст. 70 Налогового кодекса сказано, что самозанятый гражданин должен отвечать нескольким требованиям: оказывать физическим лицам без привлечения наемных работников услуги для личных, домашних и (или) иных подобных нужд, не являться индивидуальным предпринимателем [1]. Государство





предприняло шаги для легализации их деятельности и получаемых доходов с целью сокращения так называемого «теневого рынка» труда и доходов.

В соответствии с Федеральным законом от 27.11.2018 № 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в четырех российских регионах – Москве, Московской и Калужской областях и в Республике Татарстан в 2019 году стартовал эксперимент по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход».

С середины октября 2020 года льготный налоговый режим для самозанятых действует по всей стране.

Стать самозанятыми в 2023 году могут граждане Российской Федерации, а также некоторые иностранцы – граждане Белоруссии, Казахстана, Армении и Киргизии [2].

Самозанятые могут предоставлять разного рода услуги, продавать вещи собственного производства и сдавать в аренду жилье. Этот налоговый режим подходит для многих профессий из разных областей, например:

IT-сфера: программист, веб-разработчик, компьютерный мастер, аналитик данных, системный администратор;

помощь по дому и ремонт: сантехник, электрик, уборщик, мастер по ремонту бытовой техники, строитель, столяр, плотник;

здоровье и спорт: диетолог, логопед, массажист, тренер, инструктор, психолог, сиделка;

информационные услуги и маркетинг: переводчик, копирайтер, маркетолог, блогер, автор статей, SMM-менеджер, таргетолог;

красота и мода: модель, парикмахер, стилист, мастер тату, косметика, мастер маникюра, швея, модельер, дизайнер;

развлечения и творчество: аниматор, ведущий свадеб, гид, артист, музыкант, оператор, фотограф, художник, мастер по пошиву кукол или другим видам декоративно-прикладного искусства;

финансы и юридические услуги: бухгалтер, юрист, налоговый консультант, финансовый консультант;

образование: учитель, репетитор, тренер, няня, автор курсов, продюсер онлайн-школы;

кулинария: повар, кондитер, пекарь.

Один человек может совмещать несколько видов деятельности сразу.

Перечислять можно бесконечно, поэтому проще указать, что самозанятым делать нельзя. Итак, самозанятым запрещено:





Продавать подакцизные товары и товары, подлежащие маркировке. К ним относятся: алкоголь, табак, бензин, легковые автомобили, некоторые виды одежды, обувь, духи, ювелирные изделия и другие.

Перепродавать любые товары не собственного производства. К примеру, нельзя купить готовую игрушку и перепродать ее, можно только сшить ее и продать как товар собственного изготовления.

Добывать и (или) реализовывать полезные ископаемые – уголь, нефть, газ, песок, известь и так далее.

Работать по договору поручения, комиссии или агентскому договору, то есть быть посредником и совершать какие-то действия в интересах другого человека за вознаграждение.

Сдавать в аренду коммерческую недвижимость, продавать недвижимость и транспортные средства.

Быть курьером и принимать деньги от клиентов в интересах продавца товара. Однако курьер может быть самозанятым, если продавец товаров выдал ему онлайн-кассу для расчета с покупателями или если клиент заранее оплатил товар, а курьеру его нужно просто доставить [5].

Нотариусы, арбитражные управляющие, адвокаты и медиаторы не могут стать самозанятыми. Есть ограничения и для государственных и муниципальных служащих, им разрешается применять новый режим только для доходов от сдачи в аренду жилых помещений.

Самозанятые могут сотрудничать как с физическими, то есть с обычными гражданами, так и с юридическими лицами и ИП. При работе с физическим лицом ставка, по которой рассчитывается налог, составляет 4% от суммы дохода, а при работе с компанией или ИП – 6% [4].

К 2023 году к проекту присоединились более 7 млн. человек. При этом более 50% самозанятых ранее никак не декларировали свои доходы – это новые лица в правовом поле.

За время эксперимента участники зарегистрировали доходы более чем на 1,9 трлн. рублей, рассчитанный налог составил 81 млрд. руб. Перечень профессий, которые отражают пользователи в приложении насчитывает около 140 видов деятельности, и он не ограничен. Наиболее популярными являются: услуги такси, ремонтные и маркетинговые услуги, продажа продукции собственного производства, аренда квартир. Также указанный налоговый режим применяют кинологи, грумеры, диетологи, аниматоры, массажисты, стилисты, экскурсоводы и другие [3].

У нового налогового режима довольно много плюсов:

1. Возможность работать легально. Самозанятость – это способ выйти из «серой зоны», работать легально и не бояться, что однажды федеральная налоговая служба решит устроить проверку подозрительных





доходов. Также можно без опаски давать рекламу, чтобы найти новых клиентов, а еще получить справку о доходах для визы или ипотеки.

2. Простая регистрация. Для регистрации самозанятым не нужно собирать пакет документов, платить госпошлину и идти в налоговую. Весь процесс проходит онлайн и занимает 10 минут. Есть четыре способа зарегистрироваться: на сайте ФНС, в приложении «Мой налог», на портале «Госуслуги» или в личном кабинете крупных банков. Для этого понадобятся ИНН и пароль от личного кабинета на сайте ФНС, данные паспорта или учетная запись на портале Госуслуг.

3. Нет отчетности. Самозанятые не обязаны сдавать декларации, вести бухгалтерию или книгу учета доходов и расходов. Все, что от них требуется, – выдать чек через приложение и отправить его покупателю.

4. Не нужно рассчитывать налог. Приложение «Мой налог» автоматически рассчитывает налог за каждую продажу, показывает итоговую сумму и сроки оплаты.

5. Низкие ставки по налогу. У самозанятых самые низкие ставки по налогу – 4% и 6%, а с учетом налогового вычета они снижаются до 3% и 4%. Для сравнения: ИП и ООО могут платить 6%, 13%, 15% и 20% в зависимости от налогового режима [4].

6. Нет онлайн-кассы. Большинству ИП и организациям для работы с физическими лицами нужна онлайн-касса, а это дополнительные расходы на ее покупку или аренду. В случае самозанятых роль кассы выполняет приложение.

7. Больше клиентов. Многим ИП и ООО выгодно работать с исполнителями-самозанятыми, так как это уменьшает налоговую нагрузку [6].

Однако у этого режима есть и целый ряд минусов:

1. Ограничения по доходу. Доход самозанятого не должен превышать 2,4 миллиона рублей в год. Тем, кто планирует зарабатывать больше, этот налоговый режим не подойдет.

2. Нельзя нанимать работников. Самозанятый не может нанимать сотрудников по трудовому договору, все работы нужно выполнять самостоятельно либо заключать договор подряда.

3. Нет социальных гарантий. Если самозанятый заболел или захочет уйти в отпуск, он не получит никаких выплат, которые обычно гарантированы сотруднику, работающему по трудовому договору.

4. Ежемесячная оплата налога. Если ИП могут платить налоги раз в квартал или вообще раз в год, главное – успеть до конца установленного срока, то самозанятые платят их каждый месяц.





5. Нет трудового стажа. Самозанятые не платят обязательные страховые взносы в Пенсионный фонд, поэтому такая работа не учитывается в трудовом стаже.

6. Нельзя вычесть расходы. Для ИП и ООО есть специальный режим, позволяющий уменьшить сумму налога за счет расходов. Это выгодно для бизнеса с большими расходами, например на материалы для производства, а вот расходы самозанятых нигде не учитываются.

7. Временный режим. Самозанятость – это эксперимент. На данный момент этот налоговый режим действует до 31 декабря 2028 года [6].

Как у любого налогового режима, у НПД есть свои подводные камни. Иногда они дают о себе знать еще до регистрации, а иногда – после.

В некоторых случаях бывает сложно определить, кому можно стать самозанятым, а кому – нет, так как в законе указаны не конкретные профессии, а только ограничения. Возьмем, к примеру, врачей: в законе нет прямого запрета на оказание медицинских услуг, и теоретически врач может работать как самозанятый. Но для оказания медицинских услуг необходима лицензия, а выдать ее могут только индивидуальному предпринимателю или организации. Поэтому врачу сначала придется зарегистрироваться как ИП, а потом выбрать из всех существующих налоговых режимов НПД. Вывод: важно учитывать не только положения закона о налоге на профессиональный доход, но и существующие правовые нормы по нужному виду деятельности.

То же касается и продукции, которую запрещено производить и продавать самозанятым. Список маркируемых товаров каждый год дополняется, поэтому нужно следить за изменениями, чтобы случайно не нарушить закон. Так, например, в 2019 году под маркировку попала обувь, а в 2021 – некоторые виды молочной продукции.

Еще один подводный камень кроется в оформлении документов при работе с организациями. Некоторые работодатели предлагают штатным сотрудникам расторгнуть трудовой договор и оформить самозанятость, чтобы сэкономить на страховых взносах. Это незаконно. Самозанятые не могут сотрудничать с бывшим работодателем в течение двух лет после увольнения. Кроме того, договор гражданско-правового характера (ГПХ) между заказчиком и самозанятым не должен быть похожим на трудовой, иначе у налоговой будут вопросы.

Неоднозначное отношение банков к самозанятым тоже является проблемой. Плательщики НПД работают легально, но их доход считается нестабильным. Из-за этого некоторые банки отказывают самозанятым в кредите и ипотеке или предлагают менее выгодные условия, чем работающим по трудовому договору.





Самозанятому отказано и в получении налогового вычета за лечение, покупку недвижимости и образование – как свое, так и детей. Вычет полагается только тем, кто платит 13% НДФЛ, а доходы от самозанятости им не облагаются. Самозанятый может рассчитывать на эти вычеты, только если у него есть другие облагаемые НДФЛ доходы, например зарплата с основного места работы.

Не все так просто и с взносами в Пенсионный фонд. Как говорилось выше, если самозанятый нигде не работает по трудовому договору, но хочет обеспечить себе страховую пенсию, он может делать взносы в ПФР. Однако это не всегда выгодно. Дело в том, что самозанятые, в отличие от ИП, не имеют права уменьшить налог на сумму взносов. Чтобы решить, что выгоднее: платить взносы на пенсию как самозанятый или как ИП, нужно все посчитать.

Попытки легализовать серую зону экономики предпринимались властями все предыдущие годы, но из-за недоверия граждан и сложности процедуры уплаты налогов эти попытки раз за разом проваливались. По моему мнению, качественных изменений удалось добиться только с расширением эксперимента со специальным налоговым режимом на все регионы России.

Мы считаем, что самозанятость стоит оформлять всем гражданам, которые получают какие-либо доходы помимо заработной платы и хотят так или иначе выйти из тени. Это легальный способ получать доходы за оказание услуг на фрилансе, подработку или сдачу квартиры в аренду и при этом не бояться вопросов налоговой о происхождении средств. Если у человека нет штатных сотрудников, он работает сам на себя, сам решает, когда и как хочет подработать, но при этом не желает вступать в трудовые отношения и отчитываться перед госорганами, то самозанятость – для него.

Важно не менять условия налогового режима и не вносить изменения в закон № 422-ФЗ «О самозанятости» (по крайней мере не ухудшать и не усложнять их) до окончания его действия в 2029 году, и дальнейшая популяризация режима самозанятости равномерно по всей территории России обеспечена.

Список использованных источников:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 31 июля 1998 года № 146-ФЗ // Российская газета – 1998 – № 223 (дата обращения: 30.10.2021)

2. Федеральный закон от 27 ноября 2018 года № 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход». [Электронный ресурс]. URL:





<https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=440174#h128>
(дата обращения: 15.03.2023)

3. В России зарегистрировались более 7 миллионов самозанятых / Федеральная налоговая служба. Официальный сайт – 2023. [Электронный ресурс]. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/news/activities_fts/13203249/ (дата обращения: 15.03.2023)

4. Как устроена самозанятость в разных странах / Самозанятые.рф. – 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://самозанятые.рф/blog/самозанятость-в-разных-странах> (дата обращения: 15.03.2023)

5. Самозанятые в 2022 году: новшества и ограничения / Клерк. – 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/524930/> (дата обращения: 15.03.2023)

6. Самозанятость в России в 2023 году / Комсомольская правда. – 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/putevoditel/rabota/samozanyatost/> (дата обращения: 15.03.2023)

© Таланова В.А., Джавадов Т.А., Узунов Г.Б., 2023

УДК 677.074

**ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ РИСКОВ ПРОЕКТОВ
ПО РАЗВИТИЮ РЕГИОНАЛЬНОГО БИЗНЕСА
ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЕТИ МАГАЗИНОВ
В ФОРМАТЕ OFF-PRICE НА ОСНОВЕ МЕТОДОЛОГИИ AGILE**

Томаразова Д.А., Филатов В.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Практически все проекты связаны с очень высоким риском. В целях команды понимать под риском все, что пока не произошло, но может произойти и при этом поставить под удар или ограничить успех проекта. С проектами связано множество типов риска, в том числе: риск срыва графика, вероятность не успеть завершить работу к сроку; риск увеличения затрат, не найти средства с подходящей ценой; риск функциональности, сложность реализации задач.

Понятие Agile (Аджайл, перевод с англ. – «живой», «подвижный», «гибкий») появилось в 2001 году в США, это был свод принципов, который создала команда IT-разработчиков. Изначально принципы были сформированы для разработки IT-продуктов, но постепенно стали





применяться и в других областях бизнеса. Agile Manifesto – это подход к управлению процессами, основанный на гибкости и оперативной реакции на изменения среды и запросов аудитории. У Agile-команды существуют особенности оценки размера и расчет сроков плана. Они разделяют оценку размера и оценку срока [3]. Процесс оценки срока для проекта показан на рис. 1.



Рисунок 1 – Оценка срока выполнения проекта

По мнению Agile-команды идеальное время и общее затраченное время для них не одно и то же. В проектах, где присутствует многозадачность, значительно увеличивается разрыв между идеальным и общим затраченным временем [5]. Работу проекта они оценивают в идеальных днях. При оценке в идеальных днях следует исходить из следующего: оцениваемая история – это единственная задача, над которой вы работаете; все, что вам необходимо, есть под рукой в момент начала работы; перерывы и отвлечения отсутствуют, если оставить в стороне непроизводительные издержки организации, то идеальные дни можно использовать для оценки размера.

Как и все команды, Agile-команда проводит оценку совместной работы. По принципу манифеста оценкой занимается не один представитель команды. Как правило происходит коллективная оценка членов команды, которые участвуют в работе. Т.к. очень важно, чтобы каждый внес свой вклад в оценку [6]. При формировании оценки наибольшее распространение получили следующие три метода оценки:

Экспертная оценка – эксперт дает оценку, опираясь на свою интуицию или чутье. Большим плюсом экспертной оценки является то, что она, как правило, не занимает много времени.

Оценка по аналогии – альтернатива экспертной оценке. Оценивая по аналогии, мы сравниваем оцениваемую историю с одной или несколькими другими историями. Такой подход называют триангуляцией. Суть в том, что оцениваемая история сравнивается с двумя другими. Историю оценивают в пять пунктов, если она выглядит немного больше истории, оцененной в три пункта, но немного меньше истории, оцененной вами в восемь пунктов.

Разбивка на более мелкие части – предполагает разделение истории или функции на более мелкие, легче поддающиеся оценке части. Для решения подобной проблемы нужно разбить большую историю или





функцию на несколько более мелких объектов, а затем провести их оценку. Вместе с тем применять такой подход следует осмотрительно, чтобы не зайти слишком далеко.

Также существует еще один способ оценки – покер планирования. По мнению agile-команд это наилучший способ оценки, т.к. он объединяет экспертную оценку, оценку по аналогии и разбивку в удобный подход, позволяющий быстро получить надежные результаты [9]. В данном способе оценки, участвуют все участники команды. Каждый оценщик получает колоду карт с возможными оценками. Оцениваемую функцию обсуждают, а затем каждый оценщик выбирает карту, представляющую его оценку. Карты открывают одновременно. Оценки обсуждают и повторяют процесс до тех пор, пока оценки не сойдутся.

Особенность этого метода в том, что он сводит вместе мнения нескольких экспертов и позволяет получить общую оценку. Поскольку эти эксперты образуют кроссфункциональную команду, представляющую все дисциплины проекта, они более компетентны в сфере оценки, чем кто-либо другой. В процессе покер-планирования возникает живой диалог, и оценщики обращаются к мнению коллег для подтверждения своих оценок, что повышает точность оценки. На рис. 2 представлены каскадный подход и agile-подход к устранению неопределенности. В левой части рис. 2, показан каскадный подход, направленная вниз стрелка представляет попытку традиционной команды полностью устранить конечную неопределенность в начале проекта. Это означает, что уже до начала разработки неопределенность, связанная с конечной целью, полностью отсутствует. Продукт полностью определен. Стрелка, направленная вправо, показывает, что неопределенность средств (того, как продукт будет создаваться) снижается по мере осуществления проекта. Разумеется, полное предварительное устранение конечной неопределенности недостижимо. Клиенты и пользователи не имеют точного представления о том, что им нужно, до тех пор, пока им не начинают представлять части продукта. После этого они постепенно уточняют свои потребности.

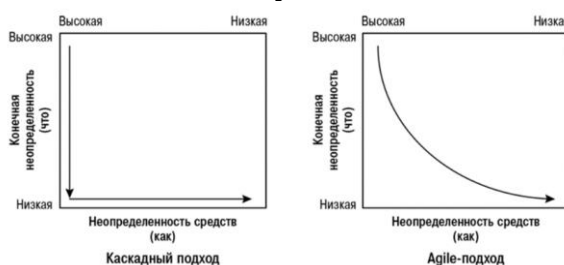


Рисунок 2 – Традиционный подход и Agile-подход к снижению неопределенности.

Agile-подход к устранению неопределенности представлен в правой части рис. 2. Agile-команды исходят из того, что в начале проекта





невозможно полностью устранить неопределенность, связанную с тем, каким должен быть продукт. Необходимо разработать и представить клиентам некоторые элементы продукта, чтобы получить от них обратную связь, уточнить мнения и скорректировать планы. В процессе, команда узнаёт больше о том, что необходимо добавить в разработки. По итогу снижается конечная неопределенность и неопределенность средств, как показано в правой части рис. 2.

Кривая на графике Agile-подхода показывает важность как можно более раннего снижения неопределенности, связанной с тем, каким должен быть продукт. Нет необходимости устранять конечную неопределенность в самом начале (как предполагает традиционный подход), т.к. даже при желании это невозможно. Вместе с тем один из самых серьезных рисков в большинстве проектов – это риск создать несоответствующий продукт. Этот риск значительно снижается, если на раннем этапе представить для обсуждения элементы продукта/проекта [1].

Основное противоборство в проектах происходит между функциями с высоким риском и функциями с высокой стоимостью. Следует ли сосредоточиться на функциях с высоким риском или лучше сконцентрировать внимание на функциях с высокой стоимостью [2]. На рис. 3а, в четырех квадрантах изображена взаимосвязь между риском и стоимостью функции. Наверху справа находятся функции с высоким риском и высокой стоимостью. Эти функции очень желательны для клиента, однако несут в себе значительный риск для реализации проекта. Внизу справа расположены функции, которые в такой же мере желательны, но связаны с меньшим риском [7].

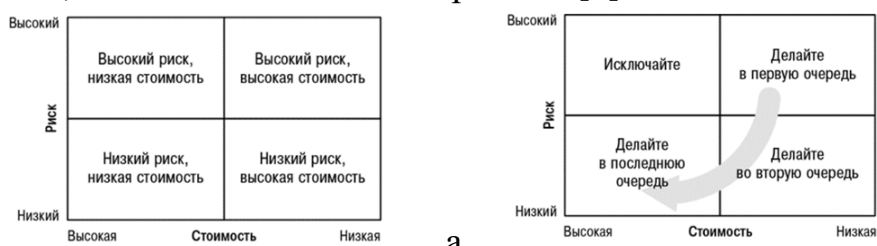


Рисунок 3 – а) взаимосвязь риска и стоимости; б) приоритет функций

Наиболее целесообразная последовательность разработки функций показана на рис. 3б. Функции с высокой стоимостью и высоким риском следует разрабатывать в первую очередь. Эти функции приносят наибольшую стоимость, а работа над ними устраняет значительные риски. Следующие на очереди – функции с высокой стоимостью и низким риском. Они приносят такую же стоимость, как и предыдущие, но менее рискованны. Как результат, ими можно заняться позднее. Возьмите за правило заниматься сначала функциями с высокой стоимостью, а риск используйте в качестве дополнительного фактора [8].





Затем идут функции с низкой стоимостью и низким риском. Ими занимаются в третью очередь, поскольку они меньше влияют на совокупную стоимость продукта в случае отказа от них и связаны с низким риском. Лучше всего отказываться от функций с низкой стоимостью, но с высоким риском. Следует откладывать функции с низкой стоимостью, особенно если у них высокий риск. Старайтесь исключать из проекта объекты с низкой стоимостью и высоким риском. Нет смысла принимать высокий риск в связи с функцией, приносящей незначительную стоимость. Также всегда нужно помнить, что риск и стоимость функции со временем меняются [10].

Уникальность методологии Agile в том, что она универсальна и применима на практике в любых бизнес-процессах, любого масштаба. Рассмотрим данный подход на примере планирования поставок верхней одежды в off-price сети Familia.

Перед тем как начать планировать поставки на предстоящий сезон, задача байера проанализировать возможные риски при формировании портфеля поставщиков. Так как присутствует большая доля импортных и производственных заказов, практически все они связаны с риском срыва графика поставок, вероятностью не успеть подготовить заказ к сроку; риском увеличения затрат на доставку, ростом цен и многое другое.

Используя Agile-подход (рис. 3а) для устранения неопределённости, нужно помнить о том, что в начале проекта невозможно полностью исключить неопределенность, связанную со многими факторами. Необходимо разработать стратегию работы с поставщиком таким образом, чтобы протестировать поставку возможно с небольшим объемом, с целью проанализировать показатель оборачиваемости товара.

После чего уже скорректировать следующий заказ с учетом полученной аналитики, где возможно потребуются внести корректировки (по цене, ассортименту), это позволит снизить риски в будущих поставках с большим объемом.

Используя подход Agile мы не стараемся сразу отказаться от неопределённости, а пробуем снизить ее за счет пробной поставки с минимальными рисками, чтобы протестировать ассортимент, проверить логистику, проанализировать результаты продаж, сделать выводы насколько продукт соответствует потребностям наших покупателей, и затем уже принять решение по дальнейшему сотрудничеству.

Список использованных источников:

1. Безпалов В.В. Методология оценки рисков при реструктуризации региональной системы управления. В сб.: Science and Education 2014. С. 87–96.





2. Данилочкина Н.Г., Чернер Н.В., Золкин А.Л., Жильцов С.А., Рябкова Г.В. Обоснование необходимости разработки управления рисками на предприятиях высокотехнологичной отрасли. *Управленческий учет*. 2021. № 8-1. С. 12-18

3. Егоян Э.А., Логунова Н.Ю. Применение принципов agile в автоматизации предприятий сервиса. В сб.: *Теория и практика экспертизы, технического регулирования и подтверждения соответствия продукции. Сб. научных трудов по материалам Круглого стола с международным участием*. Москва, 2021. С. 51-55.

4. Евсюкова С.С., Мишаков В.Ю. Анализ логистических рисков и методы их оценки. В сб.: *Всероссийская конференция молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации» (Социальный инженер-2020)*. сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей с международным участием. Москва, 2020. С. 149-152.

5. Кабанова А.В., Логунова Н.Ю. Автоматизация систем управления дистрибьюторов продуктов питания на основе принципов agile. В сб.: *Сб. научных трудов Международного научно-технического Симпозиума «Экономические механизмы стратегического управления развитием промышленности» III Международного Косыгинского Форума «Современные задачи инженерных наук»*. Москва, 2021. С. 54-58.

6. Ладонникова А.Д., Новикова А.А., Логунова Н.Ю. Применение принципов agile в управлении проектами предприятий общепита. *Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы*. 2022. № 2. С. 31-36.

7. Политова Р.В. Риски инновационных преимуществ жизненного цикла предприятия. В сб.: *Актуальные проблемы и тенденции развития экономики организаций в России. Сб. научных трудов: к 15-летию кафедры аудита и контроллинга МГУДТ. Московский государственный университет дизайна и технологии*. Москва, 2016. С. 210-215.

8. Радько С.Г., Мишаков В.Ю. Выделение трудовых рисков при выполнении функционально-стоимостного анализа системы управления кадрами на предприятии. *Дизайн и технологии*. 2018. № 63 (105). С. 102-110.

9. Федорук С.Ю., Логунова Н.Ю. Применение принципов agile в управлении предприятиями сферы услуг. В сб.: *Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2021)*. Сб. материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Москва, 2021. С. 110-115.





10. Филатов В.В., Мишаков В.Ю., Родинова Н.П., Остроухов В.М., Положенцева И.В., Ахмедова Х.Г. Организационно-экономические риски внедрения систем информационной безопасности предприятия. Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2020. № 2 (386). С. 60-68.

© Томаразова Д.А., Филатов В.В., 2023

УДК 378.1

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ СТУДЕНТОВ НА ПРИМЕРЕ РГУ им. А.Н. КОСЫГИНА

Тараканов А.А., Ветрова Е.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Финансовая грамотность населения является чрезвычайно актуальной темой особенно в наше время, что подтверждает Распоряжение Правительства от 25.09.2017 N 2039-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017-2023 гг.». В современном мире расширились и продолжают расширяться и усложняться различные финансовые услуги. При этом наблюдается несоответствие знаний значительной части населения в области финансов стремительно меняющемуся рынку финансов.

В капиталистическом обществе множество соблазнов и ложных потребностей, диктуемых умелыми маркетологами. С каждым годом усложняются мошеннические схемы, что представляет особую опасность. Растущий темп инфляции, нестабильность в мире диктуют необходимость наличия сбережений. Поэтому, чтобы почувствовать себя в безопасности, при всех вышеперечисленных факторах, необходимо обладать высокой финансовой грамотностью.

Под термином финансовая грамотность понимается итоговый результат образовательной деятельности населения в сфере финансов, определяемый как осведомленностью, знаниями, умениями, а также поведенческими моделями, требуемыми для принятия правильных финансовых решений, способствующий достижению финансового благосостояния.

По мнению Шадриной Ю.А. финансовая грамотность включает в себя:

- знание в сфере банковских услуг, ценных бумаг;
- развитие навыков управления собственным бюджетом;





умения находить и применять информацию в сфере финансов; представления о различных рисках и мошенничестве.

При низком уровне финансовой грамотности населения наблюдается негативное влияние на его личное благосостояние и потенциал, появляются препятствия для развития финансового рынка, замедляются процессы, связанные с инвестициями, в целом ухудшается социально-экономическое положение государства.

В приоритете повышения финансовой грамотности населения принимаются следующие аспекты: формирование ответственного подхода к финансам, навыков контроля ведения расходов и доходов, составления и следование финансовому плану, накопления сбережений, сознательного подхода к кредитам, распознавание мошеннических схем, мотивация граждан к изучению вопросов финансовой грамотности и применению на практике полученных знаний, внимательность и осознанность при оформлении различных договоров в сфере финансовых услуг.

Образование в сфере финансовой грамотности полезно и актуально для всех категорий граждан Российской Федерации. Для детей это создание фундамента понимания сферы финансовой для дальнейшего применения полученной базы знаний во взрослой жизни, осознание необходимости быть финансово грамотным в современном мире. Молодежь, вступающая во взрослую жизнь, должна быть к ней подготовлена, чтобы умело решать различные задачи в сфере финансов. На взрослых гражданах, имеющих семьи лежит ответственность не только за себя, но и за свою семью, поэтому важно грамотно распоряжаться финансами, оценивать различные риски. Пенсионерам финансовая грамотность нужна для безопасности, так как они являются частой жертвой мошенников, как показывает статистика.

Говоря о студентах, данная группа населения находится в особо уязвимом положении. Большинство студентов еще не имеют стабильной высокооплачиваемой работы в связи с учебной загруженностью. При этом с началом самостоятельной жизни появляется необходимость грамотного планирования бюджета, который зачастую весьма ограничен. Поэтому финансовая грамотность для студентов особенно важна.

В рамках изучения финансовой грамотности студентов было проведено исследование, в котором приняли участие 100 студентов, учащихся в Российском Государственном Университете имени А.Н. Косыгина.

Из них 67% респондентов женского пола и 33% респондентов мужского пола. Половина респондентов проживает с семьей, остальные в общежитии, с друзьями или с мужем(парнем)/женой(девушкой).





Лишь 9% респондентов никак не занимаются повышением собственного уровня финансовой грамотности, 27% респондентов регулярно изучают материалы, повышающие финансовую грамотность и 64% респондентов по мере необходимости.

Большинство интересуется планированием личного бюджета (80% респондентов), также интересуют выявление финансовых махинаций и мошенничества 27% респондентов, сбережения и инвестиции 21% респондентов, государственные программы социального обеспечения 16% респондентов и управление долгами 11% респондентов.

Финансовой грамотности хватает на решение текущих финансовых ситуаций для 45% респондентов, не хватает для 35% респондентов и 20% респондентов затруднились ответить.

При выборе финансовых услуг 91% респондентов предпочтут изучить информацию в интернете, 64% респондентов решат посоветоваться с друзьями или знакомыми, 16% респондентов воспользуются собственным прошлым опытом, 9% респондентов доверятся интуиции и 6% респондентов обратятся в специальную консультационную фирму.

Учет доходов и расходов регулярно ведет 17% респондентов и 36% респондентов периодически, 47% респондентов не ведут. Личный финансовый план имеют и стараются придерживаться 20% респондентов, имеют финансовый план, но не всегда придерживаются 34% респондентов и 46% респондентов не имеют.

Сберегают оправленную часть доходов регулярно 60%, периодически 33% респондентов и не делают сбережений лишь 7% респондентов.

За последние 12 месяцев студенты Российского Государственного Университета имени А.Н. Косыгина воспользовались следующими способами сбережения: накоплениями на текущем банковском счете 68% респондентов, наличными накоплениями дома 42% респондентов, покупали акции или облигации 16% респондентов, открыли срочный вклад 11% респондентов и другими способы вложения денежных средств (покупка золота, недвижимости, и т.д.) – 6% респондентов.

Чуть больше половины респондентов (53% респондентов) стараются сначала что-то отложить (на крупные покупки), а оставшиеся деньги тратят на текущие нужды. Тратят на текущие нужды, а что остается – откладывают 31% респондентов. Тратят на текущие нужды, а отложить не удается 7%. Не сберегали ничего за последние 12 месяцев 5% респондентов. Затруднились ответить 4% респондентов.

Инвестируют определенную часть своих доходов лишь 30% респондентов.





При отсутствии заработков прожить на имеющихся сбережениях 12% респондентов смогли бы более полугода, 20% от 3 месяцев до полугода, 1-3 месяца 33% респондентов и 16% респондентов менее месяца.

Никогда не занимали денег 58% респондентов, очень редко 30% респондентов, 10% респондентов иногда и очень часто 2% респондентов.

В случае отзыва у банка лицензии о системе страхования банковских вкладов известно половине опрошенных.

Никогда не становились жертвами мошенников или финансовых махинаций 68% опрошенных, до 3 раз – 30% опрошенных и более 3 раз – 2% опрошенных.

Государственными программами социального обеспечения пользовалась половина опрошенных.

При заключении договора на оказание финансовых услуг тщательно читают все условия договора 61% опрошенных, изучают только основные моменты договора 31% опрошенных и не читают договор 8% опрошенных.

Из опрошенных 66% считают, что лучше не брать кредит вообще, 20% опрошенных считают допустимым брать кредит, если доля платежей по кредиту не превышает 15% ежемесячного дохода и 14% если доля платежей по кредиту не превышает 24-38% ежемесячного дохода.

Самостоятельно само население должно заниматься своим повышением финансовой грамотности считают 30% опрошенных, частные организации – 4% опрошенных и государственные организации – 46% опрошенных.

Таким образом, проведенный анализ результатов опроса показывает, что уровень финансовой грамотности среди опрошенных студентов РГУ им. А.Н. Косыгина достаточно высокий. Значительная часть опрошенных студентов РГУ им. А.Н. Косыгина интересуются темой финансовой грамотности, имеют сбережения и финансовую подушку. В большинстве своем студенты, принявшие участие в опросе, внимательны к заключению договоров на оказание финансовых услуг, редко берут в долг и редко становились жертвами мошенников. Около половины пользовались программами социального обеспечения от государства. Некоторые студенты имеют опыт в области инвестиций. Повышением финансовой грамотности населения, по мнению опрошенных студентов, должно заниматься государство и само население.

Финансовая грамотность выступает фактором повышения уровня общественного благосостояния и финансовой безопасности граждан. В России и активно проводится государственная политика по повышению финансовой грамотности населения, отводится время на обучение финансовой грамотности в образовательных учреждениях. Также сама студенческая молодежь проявляет интерес к данной теме и как показали





результаты проведенного анкетирования, обладает достаточным уровнем финансовой грамотности.

Список использованных источников:

1. Абаев, А.Л. Исследование поведения потребителей финансовых услуг: ответственное отношение к получению кредита / А.Л. Абаев, Л.А. Корчагова // Практический маркетинг. - 2017. - № 9. - С. 19-24.

2. Алиева, В. В. Проблема мотивации студентов к активному участию в общественной жизни университета / В. В. Алиева, Т. Ф. Морозова, А. В. Генералова // Проблемы современного гуманитарного образования глазами молодежи : Сборник материалов второй всероссийской конференции молодых исследователей, Москва, 02–04 декабря 2015 года / Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Московский государственный университет дизайна и технологии". – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Московский государственный университет дизайна и технологии", 2014. – С. 104-106.

3. Бабин, И. Э. Финансовая грамотность россиян в 21 веке как направления государственной политики: основные тенденции/ И Э. Бабин // Молодой ученый. - 2020. - № 7. - С. 329-333.

4. Зеленцова, А. В. Повышение финансовой грамотности населения: международный опыт и российская практика/авт.-сост. А. В. Зеленцова, Е. А. Блискавка, Д. Н. Демидов. – М. : КноРус, 2012. – 106 с.

5. Курамшин, Ш. Финансовая грамотность населения как важная составляющая развития инфраструктуры рынка / Ш. Курамшин // Рынок ценных бумаг. - 2016. - № 5. - С. 57-58.

© Тараканов А.А., Ветрова Е.А., 2023

УДК 330.332.011

**ПРЯМЫЕ ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ:
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Татаревич А.Г., Добриница Я.И.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

В современной мировой экономике прямые иностранные инвестиции являются одним из ключевых факторов развития национальной экономики, так как выступают эффективным способом поддержки и стимулирования экономического роста. В период глобализации инвестирование капитала в экономику других государств имеет еще более устойчивый спрос, так как в данном случае расширяется спектр отраслей





для инвестирования, а также особых преференциальных режимов, создающих наиболее благоприятные условия для иностранных инвесторов. Потенциал Республики Беларусь несет в себе факторы инвестиционной привлекательности, хотя в целом в стране периодически проявляется макроэкономическая нестабильность (высокая инфляция, неустойчивый обменный курс, падение доходов населения). Тем не менее, в стране существуют низкие барьеры входа на рынок в отраслях, ориентированных на потребительский сектор. Однако объем инвестиций, особенно в реальном секторе экономики, не отвечает потребностям государства на современном этапе развития.

Актуальность и острота проблемы притока прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь с каждым годом возрастают, ведь без вложения в необходимых объемах средств в процесс воспроизводства невозможно создание новых эффективных рабочих мест, нельзя добиться стабильного и долговременного экономического роста, существенного повышения жизненного уровня населения [1, с. 8].

Термин «инвестиции» произошел от латинского слова «invest», что означает «вкладывать», а в более широкой трактовке понятие «инвестиции» представляет собой «вложения капитала с целью последующего его увеличения». При этом подразумевается, что прирост капитала должен быть достаточным для того, чтобы компенсировать инвестору отказ от использования имеющихся средств на другие цели, в т. ч. потребление, вознаградить его за риск, а также возместить определенные потери от инфляции в предстоящем периоде [2].

В табл. 1 представлены различные подходы к определению сущности термина «инвестиции».

Таблица 1 – Сущность категории понятия «инвестиции». Собственная разработка на основе анализа литературных источников

Автор	Сущность категории
И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова, В.В. Шеховцов.	Инвестиции – любой вид имущества и имущественных прав, вкладываемый в объекты инвестиционной деятельности ради извлечения прибыли или получения иного положительного эффекта
Кэмпбэлл Р. Макконелл и Стэнли Л. Брю.	Инвестиции - средства, вкладываемые в экономические объекты и проекты, которые предназначены для обеспечения производства экономическими ресурсами в перспективе.
Л.И. Юзович, С.А. Дегтярева, Е.Г. Князева	Инвестиции - это совокупность затрат, реализуемых в форме долгосрочных вложений капитала в промышленность, сельское хозяйство, транспорт и другие отрасли экономики производственной и непроизводственной сферы

Наиболее полно и точно понятие «инвестиции» характеризует Кэмпбэлл Р. Макконелл и Стэнли Л. Брю.

По определению Международного валютного фонда, иностранные инвестиции считаются прямыми в случае, когда иностранный инвестор владеет не менее 25% акций предприятия или их контрольным пакетом, величина которого может колебаться в достаточно широких пределах в зависимости от распределения акций среди акционеров. Осуществляя прямые инвестиции, иностранный инвестор обычно ставит целью





получение контроля над деятельностью предприятия. Прямые инвестиции являются, как правило, долгосрочными вложениями и служат важным источником обновления производственных мощностей предприятий, обеспечивают создание высокотехнологических производств, новых рабочих мест, рост экспорта белорусских товаров. К тому же прямые инвестиции не увеличивают внешний долг правительства [3].

Прямые иностранные инвестиции включают следующие виды: вклад в уставный фонд (в форме материальных и нематериальных активов, денежных средств); займы, кредиты, финансовый лизинг, иные виды финансовых инструментов, полученные от инвестора; прочие прямые инвестиции (стоимость оборудования, переданного прямым инвестором организации, кроме взносов в уставный фонд, а также суммы задолженности за товары, работы, услуги прямому инвестору, включая задолженность по договорам оперативного лизинга и договорам аренды).

Республика Беларусь заинтересована в стратегических инвесторах, осуществляющих деятельность в сфере производства высокотехнологичных продуктов и услуг, а также инвесторах, вкладывающих средства в увеличение активов организаций в этой сфере, продукция которых ориентирована на экспорт.

С учетом приоритетности вложения средств иностранных инвесторов определены следующие направления привлечения прямых иностранных инвестиций: в высокотехнологичные секторы экономики (фармацевтическая промышленность, индустрия био- и нанотехнологий, высокие технологии в промышленности, новые материалы, информационно-коммуникационные технологии); в создание и развитие кластеров – объединенной на основе производственно-технологических, научно-технических и коммерческих связей и сосредоточенной на определенной территории группы организаций, обеспечивающей конкурентные позиции на отраслевом, национальном и мировом рынках; в традиционные виды экономической деятельности (химическое производство, производство машин и оборудования, электрооборудования, электронного и оптического оборудования, транспортных средств, транспорт и связь, строительство и производство строительных материалов, сельское хозяйство и переработка, инженерная и транспортная инфраструктура, легкая промышленность) [1].

Рассмотрим прямые иностранные инвестиции в Республику Беларусь по странам СНГ на начало 2022 г. и 2021 г. В табл. 2 представлены данные об остатках по прямым иностранным инвестициям с делением на инструменты участия в капитале и долговые инструменты по странам происхождения инвестиций.





Таблица 2 – Прямые иностранные инвестиции в Республику Беларусь по странам СНГ на начало 2022 г. и 2021 г. [4].

Наименование страны	Всего		в том числе:			
	На 01.2022	На 01.2021	участие в капитале		долговые инструменты	
	На 01.2022	На 01.2021	На 01.2022	На 01.2021	На 01.2022	На 01.2021
Страны СНГ, в том числе:	4 328,7	4 024,2	3 643,7	3 366,7	685,0	657,5
Азербайджан	39,1	46,2	7,3	7,7	31,9	38,4
Армения	14,2	11,9	10,7	8,7	3,5	3,2
Россия	4 155,4	3 857,8	3 517,9	3 258,1	637,6	599,8
Казахстан	29,7	28,6	23,9	21,9	5,7	6,7
Кыргызстан	2,0	1,9	2,0	1,9	0,0	0,0
Молдова, Республика	3,9	4,7	3,7	4,0	0,2	0,7
Таджикистан	0,3	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0
Туркменистан	1,2	1,1	0,4	0,4	0,8	0,7
Узбекистан	8,0	6,5	7,3	5,7	0,7	0,8

Согласно данным таблицы, можем заметить, что прямые иностранные инвестиции в Республику Беларусь от стран СНГ увеличились на 7,6% на начало 2022 года в сравнении с 2021 г.. В том числе за счёт увеличения участия в капитале на 8,2% и увеличения долговых инструментов на 4,2%. С нашей точки зрения, рост прямых иностранных инвестиций обусловлен несколькими факторами, некоторые из них: выгодное географическое положение, высококвалифицированные трудовые ресурсы, защищённые государством права инвесторов, привлекательный инвестиционный климат и система налогообложения, и другие.

Список использованных источников:

1. Юзвович Л. И. Инвестиции: учебник для вузов / Л.И. Юзвович, С.А. Дегтярев, Е.Г. Князева. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 543 с.
2. Инвестиции : учебник для бакалавров / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова, В. В. Шеховцов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 314 с. – Серия : Бакалавр. Базовый курс.
3. Прямые иностранные инвестиции в условиях глобализации мировой экономики [Электронный ресурс]. – режим доступа: <https://core.ac.uk/download/pdf/197418067.pdf>. – Дата доступа: 03.05.2023.
4. Прямые иностранные инвестиции. Национальный Банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/foreigndirectinvestments>. – Дата доступа: 03.05.2023.

© Татаревич А.Г., Добринец Я.И., 2023





УДК 336.221

СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Тимофеева В.А., Джой Е.С.

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

Доходная база бюджета Российской Федерации позволяет государству реализовывать основные задачи: социальная политика, национальная оборона, развитие экономики, здравоохранение, образование, обслуживание государственного долга и другие. По данным на 2021 год, основу бюджета составляют, так называемые, нефтегазовые и налоговые доходы. Первые составляют около 30%, на налоги приходится около 50% [1]. Можно заметить, что бюджет РФ в значительной степени зависит от налоговых поступлений.

Поскольку налоговая система напрямую способна влиять на экономическое состояние страны, в работе представлена динамика ВВП разных стран, которые позволят сделать вывод об экономическом развитии страны.

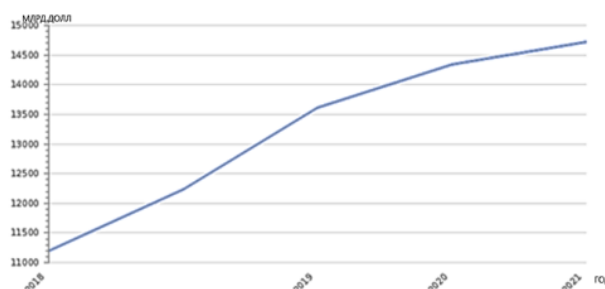


Рисунок 1 – Динамика ВВП на душу населения Китая за 2018-2021 гг., млрд. долл. [2]

Смотря на график (рис. 1) можно заметить стремительный рост. Этот график говорит нам как минимум о том, что экономика Китая процветает.

Интересной особенностью является то, что в центральный и местный бюджет поступает практически равные части налогов, 51% и 49% соответственно, что свидетельствует об относительно невысокой централизации общественных финансов. Также в Китае подоходный налог является прогрессивным от 3 до 45%. Такая политика в государстве позволяет снижать налоговое бремя на отдельные категории налогоплательщиков. Тем временем недобор покрывается 8% китайского населения, чьи доходы составляют больше 100000 юаней. Ещё одной особенностью является разность налогов для граждан и иностранцев. Для иностранцев в Китае некоторые налоги выше, чем для граждан. НДС в





Китае один из самых высоких в Азии и составляет 17% (в Японии 8%, в Сингапуре 7%), в России для сравнения НДС выше (20%), как отмечается, такие ставки обусловлены стремлением развивать экономику не только экспортом, но и внутренним потреблением. Ещё одним отличием является дифференциация ставки налога в Китае в зависимости от сферы деятельности. На транспорт – 3%, строительство – 3%, развлечения – 5-20%, сервис – 5% и т.д. Налоги на социально-значимые сферы значительно ниже, что даёт дополнительные преимущества для развития отрасли [3, 4].

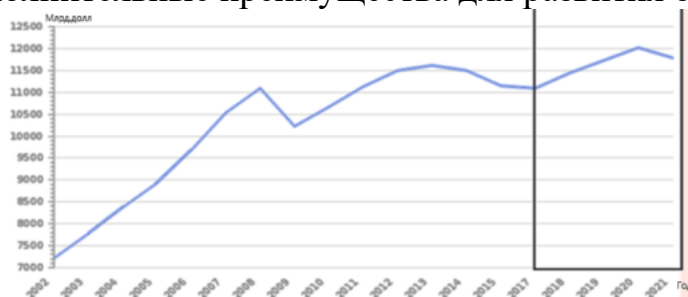


Рисунок 2 – Динамика ВВП на душу населения РФ за 2002-2021 гг., млрд. долл. [5]

Экономика России по итогам пандемии упала на 3,1%. В отраслевом разрезе под влиянием карантинных ограничений сильнее всего сократилась добавленная стоимость в отраслях, ориентированных на обслуживание населения, например, гостиницы и рестораны (-24%), учреждения культуры и спорта (-11,4%).

В качестве мер поддержки предприятий можно выделить следующее. По данным на сентябрь 2020 года, 2 млн. субъектов МСП из пострадавших отраслей и социально-ориентированных некоммерческих организаций были освобождены от уплаты налогов и взносов за II квартал 2020 года по уже поданным декларациям, на общую сумму около 75 млрд. рублей. Другой мерой поддержки стало приостановление ФНС России взысканий задолженности и переход к мягким мерам урегулирования.

Если говорить о недостатках, можно выявить рост налогового бремени с 2013 года (табл. 1)

Таблица 1 – Рост налогового бремени 2013-2018 гг. [7]

Год	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Налоги, млрд. руб.	11 327,2	12 670,2	13 788,3	14 482,9	17 343,4	21 328,5
Прирост к предыдущему году, %	-	11,86	8,82	5,04	19,75	22,98
Прирост к 2013 году, %	-	11,86	21,73	27,86	53,11	88,29

По данным табл. 2 можно заметить цепной и базисный прирост по отношению к 2013 году. Это может свидетельствовать не только об увеличении предприятий, но и о повышении налоговых ставок.

Кроме того, в РФ наблюдается неравномерное распределение налоговых поступлений в бюджеты. Например, НДС в 100% объёме поступает в федеральный бюджет, НДФЛ (30% ФБ, 70% РБ, 10% от РБ





муниципальный бюджет). В совокупности разность таких поступлений обеспечивает неравномерную систему поступлений в бюджеты [6, 7].

Таким образом, можно выявить некоторые проблемы в системе налогообложения нашей страны. Кроме того, можно определить принципы налогообложения Китая, которые применительны к нашей системе и позволят повысить её эффективность.

В качестве проблем можно выделить: плоскость налогообложения, которая увеличивает разрыв между бедными и богатыми, высокая налоговая нагрузка на малый и средний бизнес + доминирование фискальных интересов государства (как следствие, рост теневого сектора экономики). Эффективному взаимодействию между малым и крупным бизнесом препятствует массовое применение малыми предприятиями специальных налоговых режимов, которые освобождены от НДС. Из-за этого крупные предприятия на практике предпочитают производить закупки друг у друга. В качестве повышения эффективности у Китая можно позаимствовать концепцию прогрессивного налога на доходы, дифференциацию налогов по различным сферам деятельности, которая даст толчок к развитию определенных отраслей.

Список использованных источников:

1. Бюджет для граждан URL: <https://www.minfin.ru/common/upload/library/2020/12/main/2021-2023.pdf> (дата обращения: 20.10.2021).
2. ВВП Китая URL: <https://www.sularu.com/vvp/CHN> (дата обращения: 21.10.2021).
3. Налоги в Китае URL: <https://visasam.ru/emigration/asia/nalogi-v-kitae.html> (дата обращения: 21.10.2021).
4. Особенности налогообложения Китая URL: https://amgpgu.ru/upload/iblock/edf/levandovskaya_e_a_kislinskikh_yu_v_osobennosti_nalogooblozheniya_kitaya_.pdf (дата обращения: 21.10.2021)
5. ВВП России по годам: 1991 – 2021 URL: <http://global-finances.ru/vvp-rossii-po-godam/> (дата обращения: 21.10.2021)
6. Общая система налогообложения URL: <https://rtiger.com/ru/journal/obshchaya-sistema-nalogooblozheniya/> (дата обращения: 21.10.2021)
7. Как «цифра» помогает ФНС собирать налоги URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/492803/> (дата обращения: 21.10.2021)

© Тимофеева В.А., Джой Е.С., 2023





УДК 33.9

ФУЛФИЛМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

Тимофеева Е.А.

Научный руководитель Ильина С.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Фулфилмент – комплекс логистических операций по исполнению заказа в дистанционной торговле от момента получения заказа продавцом до передачи покупателю, выполняемый продавцом или передаваемый на аутсорсинг, т.е. аутсорс складских операций, которые нужно произвести с товаром в розничной Интернет-торговле (или дистанционной торговле) с момента его поступления на склад и до передачи в службу доставки [1].

Важной особенностью рынка фулфилмента остаётся отсутствие единых стандартов в предоставлении услуг и ценообразовании, все операторы строят процессы по-своему и, соответственно, предлагают разные наборы услуг.

Классический фулфилмент – это бизнес поточных процессов, стандартизованных операций в очень больших объемах. Идеальный клиент для фулфилмент-оператора – это крупная компания с большим количеством приблизительно одинаковых заказов с постоянной загрузкой объемов, желательно лишенных сезонных колебаний.

Однако с ростом Интернет-торговли в сегменте средних и небольших магазинов изменились и фулфилмент услуги, появились небольшие фулфилмент-центры, но и крупные фулфилмент-операторы стали адаптироваться под запросы нетрадиционных для себя относительно небольших бизнесов.

Фулфилмент включает в себя 5 основных складских операций (рис. 1): приём товаров; хранение их на складе; комплектация заказов; отгрузка их службе доставки; обработка возвратов.

Склад – это основа фулфилмент-операций, от его характеристик зависит эффективность работы компании. Известен и другой метод управления цепочками поставок – дропшипинг.

Дропшипинг – это бизнес на посредничестве между прямым производителем и потенциальными покупателями. Посредник, найдя покупателя, оплачивает товар производителю, который со своего склада сам доставляет его заказчику. Как видно из определения, дропшипинг и фулфилмент – разные понятия.





Рисунок 1 – Схема фулфилмента

Дропшипинг – это посредническая и чаще разовая услуга. Фулфилмент – это долгосрочное партнерство сразу в нескольких областях, логистике, финансах (оператор выступает как платежный агент, в процессе получения денег за доставленный товар), ИТ-составляющей.

В табл. 1 представлены основные отличия дропшипинга от фулфилмента.

Таблица 1 – Основные отличия дропшипинга от фулфилмента

Характеристика/вид	Дропшипинг	Фулфилмент
Товар	Ограниченный набор товаров одного производителя	Товары, которые закупил Интернет-магазин
Хранение	Товар до продажи принадлежит дропшипперу, поэтому деньги за хранение не берутся	Осуществляет самостоятельно, берёт плату за хранение
Доп. услуги	Не предлагает	Call-центр, проверка товара и др.

Фулфилмент – сложный и разноплановый сервис, который по мере развития начинает включать в себя больше компетенций, появляются запросы на интегрированные решения.

Особенно привлекательным данный сервис становится для оффлайн-компаний и маленьких магазинов. Им нужна комплексная услуга – не только сам фулфилмент, но и доставка, колл-центр, работа с покупателями, все возможные варианты платежей. В некоторых случаях – поддержка сайта. Возрастает значимость дополнительных сервисов, которые умеют оказывать операторы, а также автоматизации – для клиента многое может зависеть от удобства интеграции IT-систем.

На рынке фулфилмента нет единых стандартов в предоставлении услуг и ценообразовании, все операторы строят процессы по-своему и, соответственно, предлагают разные наборы услуг. Похожие по сути услуги могут состоять из разных операций и, как следствие, давать разные результаты.

Более того, операторы используют разные модели ценообразования, так что сравнивать их предложения между собой напрямую нельзя. В настоящее время компании используют три основные модели ценообразования: плата за каждую операцию, фиксированные «пакетные» тарифы и комиссия – определенный процент от стоимости проданных товаров. Самая популярная модель – оплата по операциям, ее используют 95% операторов – как основную или в дополнение к другим.





Процесс выбора фулфилмента остается для многих клиентов достаточно сложным, чем мог бы быть. Для крупных магазинов с большим количеством товаров важно и то, что переезд к другому оператору будет дорогим, поэтому они подходят к выбору еще более осторожно. Фулфилмент по-прежнему сконцентрирован в крупных городах – в первую очередь в Москве. При российских географических условиях – с низкой магистралью, плохим качеством дорог и сильным разбросом населенных пунктов – компаниям очень важно сотрудничество с Почтой России и умение использовать новые продукты и возможности, которые появляются у национального почтового оператора.

Таким образом, для эффективной работы Интернет-магазинов незаменимыми остаются фулфилмент – операторы, берущие складские операции на аутсорсинг. Это очень выгодно магазинам, так как из-за эффекта масштаба они экономят на издержках. Безусловно, это выгодно и крупным, и мелким игрокам на рынке.

Список использованных источников:

1. Ваховская М. Ю. Термин и понятие «фулфилмент» в логистике дистанционной торговли/ Финансово-экономическая безопасность регионов России: сборник материалов I Международной научно-практической конференции - Симферополь: КФУ им. В.И. Вернадского, 2016. - с. 154-157.

© Тимофеева Е.А., 2023

УДК 338.46

АНАЛИЗ РЫНКА ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

Титова В.В., Семьянихина К.А., Шильцова А.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Неотъемлемой частью всех общественных процессов современного мира являются информационные технологии. В том числе и сфера образования за последние несколько лет сделала огромный прорыв с помощью применения дистанционных образовательных технологий. Онлайн-образование пользуется большой популярностью у населения всех возрастов, так как дает возможность получать знания в любой области посредством всемирной компьютерной сети в режиме «здесь и сейчас».

Рынок онлайн-образования растет и развивается быстрыми темпами, о чем свидетельствуют данные Минпромторга России, в соответствии с которыми за последние 6 лет он вырос в 11 раз [1]. Общая годовая выручка





крупнейших технологических сервисов и платформ онлайн-обучения за 2022 год составила около 90 млрд рублей, что на 17% больше, чем в 2021 году [2].

Существует множество российских и зарубежных платформ для онлайн-образования, таких как Skillbox, GeekBrains, Coursera, edX, UdeMy и др. Некоторые из них предоставляют бесплатные онлайн-курсы, а другие предлагают платные программы с сертификатами. Ниже приведен топ-5 крупнейших edtech-компаний России по величине выручки, осуществляющих онлайн-обучение (табл. 1).

Таблица 1 – Топ-5 крупнейших edtech-компаний России по величине выручки, млрд. руб. [4].

Компания	Выручка		Изменение (%)
	2021 год	2022 год	
Skillbox Holding Limited (Skillbox, Geekbrains, Skillfactory, Mentorama, Lerna)	10,4	10,59	1,83
Группа компаний Skyeng (Skyeng, Skysmart, Skypro)	10,184	9,745	-4,12
Яндекс.Практикум	3,04	5,57	83,22
Like Центр	7,561	5,255	-30,50
Учи.ру	2,9	3,298	13,72

В настоящее время в России наблюдается повышенный спрос на дополнительное онлайн-образование среди молодежи, которая стремится постоянно расширять свои знания и совершенствовать навыки. Популярность дополнительного онлайн-образования также обусловлена тем, что работодатели заинтересованы в высококвалифицированных специалистах и с радостью предоставляют своим сотрудникам возможность проходить обучение на онлайн-курсах для повышения их квалификации.

Так траты на дополнительное онлайн-образование среди взрослого населения РФ в возрасте от 18 до 64 лет в 2022 году составили 226 млрд. рублей, в то время как расходы на дополнительное офлайн-образование – 213,7 млрд. рублей. Среди наиболее популярных видов получения дополнительного онлайн-образования можно выделить следующие:

- обучение в универсальных и специализированных онлайн-школах;
- курсы российских и зарубежных блогеров и лидеров мнений;
- курсы на российских и зарубежных обучающих платформах;
- индивидуальные образовательные услуги;

онлайн-курсы дополнительного образования в высших учебных заведениях;

дополнительное онлайн-образование, которое выбирали самостоятельно, но оплату совершал работодатель [3].

За 2022 год в России дополнительное офлайн-образование получили более 12 млн. человек, а дополнительное онлайн-образование – более 18 млн. человек. Рассмотрим более подробно каким направлениям образовательных программ дополнительного образования отдают предпочтение обучающиеся. В офлайне самыми популярными сферами





стали производство, строительство и ремонт, по данным направлениям обучились более 1,5 млн. человек. На втором месте IT-профессии и маркетинг, обучение по ним в офлайн-формате прошли более 1,4 млн. человек. В то же время дополнительное онлайн-образование IT-профессиям и маркетингу получили более 2,5 млн. человек, а профессиям в сфере образования – более 2,2 млн. человек [3].

Онлайн-образование расширяет границы и делает обучение более доступным, ведь все что необходимо обучающемуся – это рабочее место и гаджет со стабильным подключением к интернету, и вот вы уже узнаете что-то новое от профессионалов из любой области науки со всего мира в любое удобное для вас время, ведь комфорт и удобство при организации собственного времени является главной потребностью современного человека. Таким образом востребованность услуг онлайн-образования и высокие финансовые результаты деятельности edtech-компаний говорят о том, что организация бизнеса в этой сфере является перспективной.

Существует множество возможностей зарабатывать на образовательном рынке: создание онлайн-курсов и продажа их через свою платформу или на других платформах; создание учебных пособий, учебников и других материалов для преподавателей, учебных заведений и других организаций; предоставление консультационных услуг в области образования, таких как разработка образовательных программ, организация процесса обучения; предоставление услуг по продвижению образовательных продуктов и услуг в социальных сетях, блогах, YouTube и других каналах; управление образовательными проектами, работа в качестве менеджера по проектам, связанным с образованием в учебных заведениях, фондах и других организациях; покупка франшизы известной образовательной компании и создание своего бизнеса в этой области; инвестирование в стартапы, образовательные проекты и другие бизнесы в области образования. И это только некоторые возможности, доступные на рынке образования, который постоянно меняется и развивается, предоставляя новые перспективы для получения прибыли.

Онлайн-обучение может быть организовано различными способами, например, одной из форм являются индивидуальные занятия в реальном времени с педагогом напрямую или подключение нескольких участников к вебинару с экспертом, где слушатели, сидя за компьютером у себя дома, получают информацию и задают вопросы. Такие формы предполагают активное участие преподавателя в процессе занятия. Также существуют онлайн-курсы, которые обучающийся может прослушать в любое свободное время без непосредственного привлечения в этот момент педагога.





Данные формы образовательной деятельности позволяют выделить такое преимущество онлайн-образования, как возможность снижения затрат edtech-компаний на организацию и реализацию обучения связанных с арендой помещений, оплатой коммунальных услуг и оплатой заработной платы постоянного штата преподавателей. Безусловно, создание бизнеса в сфере онлайн-образования требует начальных инвестиций, которые включают в себя затраты на закупку оборудования, покупку или разработку программного обеспечения, создание сайта, затраты на маркетинг и проведение рекламных мероприятий, последующие расходы на содержание бизнеса, а также возможные финансовые затраты на обслуживание кредитов или займов. Однако в сравнении с организацией образовательного процесса в традиционном офлайн формате затраты edtech-компаний значительно ниже и данная экономия позволяет им снижать стоимость предоставляемых услуг, что делает онлайн-обучение дешевле и еще более привлекательнее для потребителей.

Как говорилось ранее, рынок онлайн-образования стремительно развивающаяся сфера услуг с высокой степенью конкуренции. Чтобы стать успешным, конкурентоспособным игроком на рынке, необходимо предлагать высококачественные образовательные программы, иметь эффективную стратегию продвижения, адекватные цены на услуги, а также привлекать высококвалифицированных специалистов, обладающих навыками и знаниями, связанными с дистанционными образовательными технологиями, и высококлассных педагогов, обладающих глубокими познаниями и опытом в той или иной области знаний.

Не смотря на все перечисленные преимущества и перспективы, в деятельности edtech-компаний возникают определенные риски, среди которых можно выделить следующие:

риск низкого спроса на предоставляемые услуги, особенно когда на рынке уже действуют крупные и узкоспециализированные компании;

изменения в законодательстве и стандартах образования, и как следствие необходимость постоянно следить за актуальностью реализуемых образовательных программ;

финансовые риски, связанные с необходимостью инвестирования значительных средств в оборудование, учебные материалы и найм квалифицированных преподавателей;

риски связанные с наличием зависимости от состояния экономики и уровня жизни населения, которые могут повлиять на спрос на предоставляемые услуги образования.

Таким образом, исходя из изложенного материала можно сделать вывод, что рынок онлайн-образования в России уже более пяти лет демонстрирует стабильный рост, что подтверждается рейтингами





крупнейших edtech-компаний, опубликованными агентством Smart Ranking. А также данный рынок является весьма перспективным для создания бизнеса, но требует тщательного планирования деятельности, подбора компетентных преподавателей, составления актуальных, востребованных образовательных программ, обязательного бизнес-анализа текущей ситуации как на рынке онлайн-образования, так и экономической ситуации в целом.

Список использованных источников:

1. МИНПРОМТОРГ РОССИИ: сайт. – URL: <https://minpromtorg.gov.ru/> (дата обращения: 15.04.2023);
2. Edtech-рынок // РБК: сайт. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/63f46feb9a794744929f5d29> (дата обращения: 31.03.2023);
3. Итоги-2022 для EdTech-рынка: как будет дальше развиваться онлайн-образование // skillbox: сайт. – URL: <https://skillbox.ru/media/education/itogi2022-dlya-edtechrynka-kak-budet-dalshe-razvivatsya-onlaynobrazovanie/> (дата обращения: 05.04.2023);
4. КРУПНЕЙШИЕ EDTECH-КОМПАНИИ РОССИИ // edtechs: сайт. – URL: <https://edtechs.ru/#edtech-kompanii> (дата обращения: 05.04.2023).

© Титова В.В., Семьянихина К.А., Шильцова А.В., 2023

УДК 65.011.56

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ С ПРИМЕНЕНИЕМ CRM-СИСТЕМЫ

Тихонова Т.В.

Научный руководитель Ильина С.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

CRM – это разработка программного обеспечения, которое обновляется, изменяется в соответствии с целями компании и совершенствуется. Автоматизация ключевых бизнес-процессов с помощью CRM-систем дает компании сразу несколько важных преимуществ: увеличение продаж; управляемость бизнесом; прозрачность деятельности на каждом этапе [1].

Любая компания, которая решит внедрить CRM-систему в свою деятельность, должна пройти несколько обязательных этапов.

1. Инициация. Группа процессов инициации включает процессы, действия и навыки, необходимые для эффективного определения начала





проекта. Установка всех разрешений, авторизаций и первоначальных рабочих заданий для обеспечения эффективного и логичного продвижения первоначальных действий по проекту устанавливает основу для последующего успеха на всех этапах проекта. Установление четких этапов для завершения работ, инициализация команд и наличие бюджета до начала работы имеют жизненно важное значение для надежного начала любого проекта в отрасли.

Любая автоматизация должна быть целесообразна и необходимо понимание, какой результат хочет получить компания от внедрения CRM.

CRM-система обладает следующим набором функций: увеличение общего объема продаж компании; увеличение объема продаж нового продукта; ликвидация рутинной работы; выход на новый рынок; ведение клиента по воронке к продаже; анализ аналитики по проектам; монетизация базы данных клиентов, которые не дошли до покупки; увеличение повторных продаж; контроль работы менеджеров; ведение работы компании из любой точки мира, где есть Интернет.

Для того, чтобы сократить затраты на внедрение, в ресурсном планировании проекта должен быть указан технический специалист. Внедрение CRM является масштабным проектом и требует значительных затрат времени и ресурсов.

2. Планирование. Группа процессов планирования устанавливает процессы, необходимые для определения масштаба проекта, разработки стратегических планов для максимизации рабочего процесса и начала составления списков приоритетов и планирования потребностей группы. Эта группа процессов также занимается более узким разъяснением всех целей и ожиданий проекта и создает инфраструктуру проекта, необходимую для достижения этих целей в соответствии с графиком и бюджетными ограничениями. Ответственность руководителя на этапе консультации с экспертами – потратить время на формализацию важных определений, чтобы облегчить управление результатами и ожиданиями. Для того, чтобы все стороны были мотивированы и хорошо понимали свои права и обязанности, необходимо создать определенную систему взаимодействия с поставщиком системы. Этап общения с сотрудниками в целях сбора данных, очень важен для успешного внедрения CRM-системы в компании. Для определения бизнес-требований к системе необходимо проанализировать, выделить «узкие» места и накладки в бизнес-процессе: какие процессы есть в компании; какие сотрудники участвуют в данных процессах; какие документы используются в обороте; как сотрудники взаимодействуют друг с другом; какие каналы продаж и связи с клиентами используются в компании; какие отчеты нужны в процессе работы.





Далее следует этап: выбор CRM. Когда выбор падает на CRM-систему, которая находится в пределах бюджета, но не имеет необходимых функций, компания будет тратить больше на потерю дохода из-за упущенных возможностей продаж, потери клиентов, невыполненных заказов или неэффективного управления данными.

3. Исполнение. Группа исполнительных процессов включает в себя эффективное управление командами, координируя ожидания по срокам и достигая контрольных целей. Менеджеры проектов, использующие этот набор навыков, демонстрируют высокую степень организационных и коммуникативных навыков при решении проблем команды или других сложных ситуаций, связанных с выполнением работы в срок и в рамках бюджета. Перед началом реализации находящегося в стадии написания технического проекта необходимо максимально полно определить типы данных, которые должны быть вставлены в автоматизированную систему. Иными словами, задачи написания необходимого отчета, документа, формы и прочего, которые могут быть решены в дальнейшем путем модификации стандартных функций автоматизированной системы, но только в том случае, если эта система содержит всю необходимую информацию. Очень важно протестировать вашу конфигурацию, внести коррективы в настройки и повторить тестирование после реализации и настройки свойств и характеристик. Затем компания-исполнитель должна согласовать свою работу с заказчиком. Когда каждый шаг прописан, можно создать рабочие инструкции – рабочие стандарты. Результат обучения сотрудников полностью зависит от присутствия заказчика в процессе внедрения. Обучение сотрудников крайне важно, так как это повышает эффективность их работы: задачи будут закрываться быстрее; будет использовано большее количество оплаченных возможностей; качество работы с клиентами улучшится. Внедрение CRM-системы должно поддерживать команду.

4. Мониторинг и контроль. Обработка заказов на изменение, учет текущих бюджетных соображений и смягчение непредвиденных обстоятельств, которые могут повлиять на способность команды соответствовать первоначальным проектным ожиданиям, являются частью основных навыков и компетенций, связанных с группой процессов мониторинга. Опытные менеджеры поддерживают динамику движения вперед и защищают проект от заторможенности, активно отслеживая прогресс и используя предвидение и быстрое реагирование для решения проблем проекта. Основная задача руководства – контроль, управление, организация процессов, стратегическое развитие компании и аналитика результатов деятельности. Без активного управления внедрение CRM приведет к убыткам.





5. Завершение. Самая большая задача для этой группы процессов – довести проект до успешного завершения, то есть завершить его вовремя и строго в рамках выделенного бюджета ресурсов.

Таким образом, технические возможности CRM-систем достигли совершенства, они позволяют отследить путь покупателя с момента первого контакта с ним для перепродажи. Она создает технологию продаж, связывая рекламу, аналитические инструменты и саму систему продаж в единую систему.

Список использованных источников:

1. Гринберг П. CRM со скоростью света. Привлечение и удержание клиентов в реальном времени через Интернет [Текст]: Учебное пособие / П. Гринберг. – М.: Символ-Плюс, 2018. – 530 с.

© Тихонова Т.В., 2023

УДК 677.074

ЗАРУБЕЖНЫЙ УСПЕХ ФРАНЧАЙЗИНГА В США, ЯПОНИИ И СТРАНАХ ЕС

Ткачук А.Е., Филатов В.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Франчайзинг считается одним из самых успешных видов предпринимательства: если обычно в бизнесе из 100 новых компаний в итоге выживает 10, то из 100 компаний, работающих по договору франшизы, успеха добьются 90. Данный аспект особенно важен при создании новых рабочих мест. Франчайзинг является процветающей формой бизнеса, т.к. сочетает в себе стимул личного владения с управленческим и техническим мастерством крупного бизнеса. Для предпринимателей франчайзинг предлагает краткий путь роста, т.к. они работают по готовому бизнес-плану. Выгода франчайзи же заключается в быстром расширении своего дела.

В настоящее время в международной практике не существует точной статистики о количестве франшизных систем, она формируется в национальных франчайзинговых ассоциациях. Регулирование политики франчайзинга в зарубежной практике относится к различным отраслям права, а в тех государствах, где франчайзинг имеет самостоятельное правовое регулирование, использование правил и норм других законов не является исключением. Стоит отметить, что в тех странах, где франчайзинг принят, как часть развития экономической системы, сформированы и





продолжают совершенствоваться правила поведения сторон. Это обеспечивает определенную однородность отношений, несмотря на многообразие форм, отраслевое различие и большой диапазон концептуальных подходов. Для того, чтобы разработать все эти нормы и правила ведения франшизного бизнеса, данный вид предпринимательской деятельности постепенно развивался на протяжении многих десятилетий, претерпевая постоянные изменения. Стоит отметить, что опыт развития франшиз был разным для разных стран. Рассмотрим становление успеха зарубежного франчайзинга на примерах США, Великобритании, Японии, Франции и Германии. В научной литературе выделяют различные этапы развития франчайзинга. В данной работе периодизация будет представлена в зависимости от расширения сферы применения франчайзинга в экономике [1].

Первый этап зарождения франчайзинга охватывает последнюю треть XIX века. После Гражданской войны в США фирма швейных машинок Й. Зингера начала практиковать «чистый» франчайзинг для розничных продавцов швейных машинок. В это время начинают появляться первые франчайзинговые сети. В 1888 г. специалист по уходу за волосами Марта Матильда Харпер вместо того, чтобы продавать шампуни и лаки собственного изобретения, создала компанию для торговли лицензиями на открытие парикмахерских, носящих ее имя и сделанных по единому образцу. Через 3 года она уже построила целую франчайзинговую сеть, насчитывающую более 500 салонов и включающую школы по подготовке специалистов [2].

Второй этап развития франчайзинга – период экстенсивного развития – охватывает всю первую половину XX века. К этому времени франчайзинг начал активно развиваться в сфере розничной торговли товарами массового спроса. На основе франшизного договора была организована первая общенациональная сеть универмагов «Вулворт» [3]. Затем франчайзинг стал распространяться в сферах бытового обслуживания, досуга, развлечений. Начали появляться сети химчисток ковров, танцевальных залов и др.

Третий этап датирован 1950-1970 гг. и связан с появлением новых форм франчайзинга и, в частности, принятия его как концепции бизнес-формата. Особенно быстро в это время франшизный бизнес развивается в США. Именно в 1950-е годы возникли всемирно известные «империи» общепита, объединяемые такими мощными франчайзерами, как «McDonald's», «Kentucky Fried Chickens», «Seven Up», «Wimpy», несколько позднее – «Pizza Hut» и другие сети, а также «цепи» ресторанов, кафе, закусочных быстрого обслуживания. В гостиничном бизнесе широкую известность получили такие «столпы» франчайзинга, как





«Hilton», «Sheraton», «Holiday Inn.». Отметим, что наивысший подъем в развитии франчайзинга наблюдался в 60-е годы XX столетия[9].

Четвертый этап продлился с 1970 по 2000 гг.. Именно в этот период антитрестовое законодательство США пересмотрело свое отношение к новой разновидности бизнеса. Так, в 1988 г. в США насчитывалось 3 тысячи компаний-франчайзеров примерно в 45 отраслях экономики, объединявших 416878 «точек» – франчайзи. К ним относились бензозаправочные станции, автомастерские, пункты проката техники, универсальные и специализированные магазины и многие другие компании по предоставлению товаров и услуг. Все они действовали под фирменным наименованием или коммерческим обозначением одного из флагманов своей отрасли, выступающего в роли центра франшизного сообщества. Важным шагом в развитии франшизного бизнеса стал тот факт, что в роли франчайзеров начинают выступать уже местные национальные крупные компании [12].

Пятый этап начался в XXI столетии и продолжается до наших дней. Он называется глобализацией франчайзинга и характеризуется формированием мировой системой франчайзинга, увеличением количества участников бизнеса, усилением роли международных франшиз. За последнее десятилетие франшизные сети активно развивались не только в США, но и в Европе, отдельно стоит рассмотреть опыт Китая и Японии, а также стран третьего мира. Можно выделить четыре главных обстоятельства, способствующих данной экспансии: признание франчайзинга как доступного и практичного способа организации предпринимательской деятельности; высокий уровень популяризации иностранных товаров, что позволяет говорить о вступлении уже на готовых рынок сбыта, т.к. потребители уже получили информацию о товаре; национальные рынки сбыта могут быть перегружены, из-за чего им приходится прибегать к поиску сбыта товаров за границей; международный франчайзинг несет экономическое развитие странам третьего мира, а также странам с бывшей государственной экономикой [11].

В результате действия ряда перечисленных факторов франчайзинг получил свое распространение более чем в 80 странах мира. На данном момент экстенсивное развитие данной предпринимательской деятельности будет продолжаться за счет еще неосвоенных товарных рынков, возникших после распада СССР, также ряда стран, перешедших к рыночным методам ведения хозяйства. Возникновение гигантских международных франчайзинговых сообществ отвечает современной тенденции к интернационализации и глобализации национальных экономик и, в свою очередь, усиливает эту тенденцию. Например, в США,





стране с наибольшим количеством франчайзинговых предприятий, к концу XX века около 50% всего объема пришлось на франчайзинговые фирмы, что является бесспорным доказательством эффективности франчайзинга [10].

Рынок франчайзинга в США является крупнейшим в мире: по модели франчайзинга работают 60% малого бизнеса; в сфере франчайзинга работают около 1 миллиона предприятий; обеспечивают свыше 21 млн. рабочих мест и выплачивают 12,5% от стоимости всей заработной платы в США; ежегодный оборот франчайзингового бизнеса – \$2.31 триллиона, для сравнения: оборот мирового франчайзинга – \$3 трлн. в год [4]. Степень развития франчайзингового бизнеса в Европе немного ниже, чем в США. Среди европейских стран лидирующие позиции по распространению франчайзинга занимает Франция. За последние два десятилетия количество сетей удвоилось, особенно динамично развивался международный франчайзинг. Франция вышла на первое место в Европе по темпам роста франчайзинга. За 10 лет число франчайзинговых сетей удвоилось, а последние 5 лет рост стабильно составлял 8-11% в год.

Французский сектор франчайзинга характеризуется большой стабильностью: 84% торговых марок по-прежнему являются собственностью их основателя. В стране 32% малых компаний работают по франчайзингу. В настоящее время в 65059 торговых точках работает почти 323 тыс. человек, а в каждом магазине франчайзинговой сети занято в среднем 5,6 человек [5]. Торговля одеждой, обувью и бытовыми товарами, гостиничный бизнес, сфера питания и парикмахерские услуги являются сегментами с лучшей динамикой роста и составляют 60% торгового оборота всех франчайзинговых предприятий. В последнее время значительный подъем наблюдается и в сфере бытовых услуг оказанию как комплексных, так и специализированных услуг, в частности для пожилых людей. Во Франции имеется много известных отечественных торговых марок. Пионером является бренд «Phildar», созданный семьей Mulliez в 1903 году. В 80-ые годы появились французские марки «Yves Rocher», «Accor», Трок де Лилль, Мидас, «Laforêt Immobilier», «Brioche Dorée», «Carrefour», «Casino». А сеть французских продуктовых магазинов Vival, в которую вошли 1686 розничных точек по всей стране, возглавляет рейтинг самых крупных франчайзинговых компаний Франции. Согласно исследованию Французской Федерации Франчайзинга, 10,3% французских марок развиваются за рубежом.

Благоприятная ситуация на рынке франчайзинга способствует развитию иностранных франшиз в Германии. Немецкий франчайзинг обладает огромным потенциалом хотя бы потому, что ему есть куда расти. Здесь не так много франчайзинговых предприятий, как, например, в США





и Великобритании. Наиболее активны в стране австрийские и немецкие франшизы. Однако рынок предлагает неплохие условия и для развития иностранных сетей. В Германии успешно развиваются такие иностранные франшизы, как «McDonalds», «Burger King» – фаст-фуд и «REMAX» – международная компания, занимающаяся недвижимостью. Американские компании составляют лишь 5-7% от общего числа франшиз в Германии. Немецкий франчайзинг охватывает 16 различных отраслей. При этом на сферу услуг приходится 50% из всех франшиз, на долю розничной торговли – 29%, в общественном питании – 14%, а мелком производстве – 7% из всех франшиз. В то же время имеется спрос на предложения в сфере образовательных услуг, экспресс-доставки, кафе и рестораны; розничные специализированные магазины; услуги по уходу на дому; техническое обслуживание и клининг и т.д. Самые известные немецкие франчайзинговые бренды – «OBI» (товары для ремонта, строительства и для работ в саду), «Schülerhilfe» (услуги в сфере образования) [6].

Великобритания занимает в Европе третье место (после Франции и Германии) по количеству франчайзинговых сетей. Становление английского франчайзинга началось еще в 50-е годы. Этому способствовали смещение акцентов от сферы производства в сферу услуг, процессы урбанизации. Эти факторы привели к созданию сектора рынка, на котором удобства и скорость оказания услуг стали цениться не меньше, чем цена и качество. Фаст-фуд намного опередил другие направления бизнеса и динамично стали развиваться сети ресторанов национальной кухни и тематические рестораны. В топе 20 самых крупных франшиз: «McDonalds», «Burger King», «Body Shop» и др.

Сегодня Китай – это огромная торговая площадка, которая представлена многочисленными иностранными и местными брендами, которые успешно действуют на основе франчайзинга. В среднем в каждую китайскую сеть входит 43 предприятия, а, например, в американскую – 540. Конечно, сектор франчайзинга в Китае не настолько качественен как в США из-за большой доли иностранных компаний. В Китае представлены почти все бренды и франчайзеры категории «А», и история их развития в Китае насчитывает несколько десятков лет. Активными участниками китайского франчайзингового сектора являются американские, европейские и азиатские бренды. В свою очередь конкурентная борьба со стороны иностранных франчайзеров активизировала рост родных китайских брендов. Если сравнивать Китай с Японией, то здесь национальный сектор франчайзинга в большинстве своем представлен местными брендами. Традиционно сложилось, что на китайском рынке франчайзинга лидируют американские сети. Это – «KFC» и ее 2 тыс. точек, «McDonald's» – около 1 тыс. точек, «Pizza Hut», «Старбакс» и т.д. Но





лидером, среди них, безусловно, является «Кодак». Бренд, который выступает в Китае под торговой маркой «KEX photo express» и объединяет в своей сети более 9,2 тыс. фотосалонов. Огромная сеть KEX обусловлена тем, что сама компания осуществляет свою деятельность как совместное предприятие компании Предприятия национальной китайской кухни – самые главные представители франчайзинга страны. Быстрорастущая сеть ресторанов «Малан» (Malan) не только в Китае, но и по всему миру – яркий тому пример.

Свой первый ресторан за пределами страны компания открыла в Лос-Анжелесе в 1999 году, став, таким образом, международным брендом. Сегодня сеть «Малан» насчитывает более 500 ресторанов по всему миру. Фишка ресторана – сочетание знаменитой китайской лапши с современным форматом фаст-фуда, которое и вывело его в лидеры по количеству франчайзинговых точек [7].

В Японии франчайзинг начал развиваться одновременно с американским. В 1955 году в США было введено понятие коммерческой франшизы (Business Format Franchisings). В 1957 году между японской компанией «Токио напитки» и американской Coca-Cola был подписан франчайзинговый контракт. В 60-х начали развиваться местные бренды, а вскоре франшизы из Японии появились во многих странах мира. Пионером в 1963 году сала торговая марка Suzuki. В 1967 году компания уже открыла первый машиностроительный завод за пределами страны в Таиланде, а в 1982 начала деятельность в Индии. В феврале 1972 года, чтобы это развитие стало еще более динамичным и организованным, была создана Japan Franchise Association (Японская ассоциация франчайзинга). Это событие внесло весомый вклад в франчайзинговую среду. Вход в бизнес был более систематизирован, были даны определения терминов: франшиза, франчайзер, паушальный взнос и роялти и др. Потенциальным франчайзи разъяснялась сущность франчайзинга. Началась стандартизация партнерских соглашений [8].

Таким образом, анализ зарубежного опыта развития франчайзинга позволил сделать следующие выводы. В настоящее время франчайзинг является неотъемлемой и динамичной частью экономики во всех развитых странах, и наблюдается тенденция стремительного роста франчайзинга во всем мире. Выравнивание темпов роста объемов продаж во франчайзинговых сетях традиционных направлений, таких как быстрое питание, минимаркеты, отели, мотели, аренда автомобилей. В каждой из этих областей в глобальном масштабе доминирует относительно небольшое количество компаний, владеющих известными торговыми марками. По мере развития франчайзинговых компаний и достижения ими зрелости устанавливаются формы и методы управления, формируется корпоративная культура, отличающаяся от других систем. Одновременно,





сеть приобретает черты крупных фирм с характерной для них бюрократизацией, предпринимательский стиль меняется на корпоративный. Франчайзинг дает, безусловно, большие шансы на успех, но только при исполнении трех обязательных условий: грамотная разработка модели франчайзинга франчайзером, честное и доверительное отношение сторон и умения вести дело самим франчайзи. А выполнимость этих условий определяется целями самого франчайзера, а именно: целью расширения деятельности и целью управления ростом и выгодами системы. Реализация поставленных целей будет обеспечивать жизнеспособность всей системы в целом, а также приобретение и удержание устойчивых конкурентных преимуществ.

Список использованных источников:

1. Этапы развития системы франчайзинга // mydoc.ru. 2015. [Электронный ресурс] – URL: <https://mydocx.ru/1-76396.html> (дата обращения 07.12.2022)

2. Правовое регулирование франчайзинга // Журнал правовое регулирование. 2018. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.freepapers.ru/102/pravovoe-regulirovanie-franchajzinga/26317.173337.list3.html> (дата обращения 09.12.2022)

3. Происхождение и эволюция современного франчайзинга // Бизнес-журнал Product Guide. 2019. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.Productguide.ru/products-4925-1.html> (дата обращения 12.12.2022)

4. Франшизы на экспорт // РБК+. 2020. [Электронный ресурс] – URL: <https://plus.rbc.ru/news/5e7962587a8aa9881da5b5fb> (дата обращения 12.12.2022)

5. Франчайзинг по-французски // Стартапы bel. biz. 2016. [Электронный ресурс] – URL: https://bel.biz/news/business-news/franchajzing_po_francuzski/ (дата обращения 12.12.2022)

6. Шкутько О.Н. Международный франчайзинг: современные тенденции и мировой опыт // Электронная библиотека CyberLeninka. 2018. [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-franchayzing-sovremennye-tendentsii-i-mirovoy-opyt> (дата обращения 15.12.2022)

7. Франчайзинг по-китайски // Онлайн-платформа Freedom broker. 2016. [Электронный ресурс] – URL: <https://kapital.kz/experts/1360/franchayzing-po-kitayski.html> (дата обращения 15.12.2022)

8. Развитие малого бизнеса на основе франчайзинга // Экономический журнал. 2018. [Электронный ресурс] – URL:





<https://knowledge.al>

lbest.ru/economy/

2c0a65635b3bd68a5d43b88421216c36_0.html (дата обращения 15.12.2022)

9. Басова Н.В., Димитров И.Л. Перспективы развития франчайзинга в волейболе. В сб.: Современные подходы в подготовке баскетболистов и волейболистов. Министерство спорта Российской Федерации; Московская государственная академия физической культуры. 2017. С. 10-14.

10. Мовчан О.О., Димитров И.Л. Перспективы развития франчайзинга в России. В сб.: Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма. Казань, 2021. С. 86-87.

11. Политова Р.В., Беликова Д.М. Инновации в управлении ресурсами франчайзинговой организации. В сб.: Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации. Москва, 2022. С. 61-65.

12. Смирнова Л.Г., Першукова С.А. Франчайзинг как направление развития гостиничного дела. В сб.: "Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития". 2019. С. 180-182.

© Ткачук А.Е., Филатов В.В., 2023

УДК 338.004

ЦИФРОВОЙ ПРОДУКТ: СПРОС, ПОТРЕБИТЕЛИ И ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ

Ткачук А.Е., Политова Р.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Цифровая экономика оказала значительное влияние на производство и распределение, складывающиеся в экономике. В частности, это выражается во внедрении в производственный процесс систем, замещающих человека. Цифровая экономика неразрывно связана с электронной коммерцией и торговлей, а также товарами и услугами, которые они производят. В целом, она включает в себя все коммерческие, культурные, экономические и социальные операции, которые происходят через Интернет и цифровые коммуникационные технологии.

В цифровой экономике основными объектами спроса являются информационные продукты. В общем смысле они понимаются как совокупность данных, созданных производителями для распространения в нематериальной форме. Это хорошо структурированная, достаточно полная и объективная информация, собранная и обработанная





специалистами. В современной рыночной среде инфопродукты функционируют как товары, при этом сохраняя характеристики, присущие информации [1].

Иначе говоря, цифровые товары – это нематериальные товары, которые существуют только в цифровой сфере. Такие товары не имеют физической формы и доступны через электронные устройства: как ноутбуки, смартфоны и планшеты. В качестве примера можно привести скачивание музыки, чтение электронных книг, проведение вебинаров и онлайн-курсов, использование программного обеспечения и т.д.

Количество онлайн-покупок растет с каждым годом. Молодые и активные покупатели наиболее часто приобретают и продают в Интернете. Это свидетельствует о высоком уровне доверия потребителей к таким продуктам. При выборе онлайн-поставщика важную роль играет его репутация, цены и условия доставки. также играют важную роль для цифровых потребителей наличие положительных отзывов о товарах и услугах.

Развитие цифровых технологий принесло новые интересные возможности для продажи и производства продукции. Раньше продавцы в основном общались с клиентами только во время продажи продукта. Однако теперь появилась возможность отслеживать использование продуктов после их продажи и анализировать, какие функции потребители активно используют, а какие – редко. В результате компании могут применять более сложные стратегии ценообразования, а также более точно выделять группы потребителей в зависимости от специальных послепродажных услуг или особых технических характеристик продукта.

В результате изменения поведения потребителя также меняются отношения между производителем и клиентом. На смену разовым продажам продукции приходит долгосрочное обслуживание.

Эксперты отмечают, что поведение потребителей в цифровой экономике становится более осознанным. Покупатели все больше отдают предпочтение возможности подстроить продукты и услуги под себя. В результате чего возрастает необходимость учитывать индивидуальные особенности потребителя. Поэтому производители все чаще применяют инструменты виртуальной и дополненной реальности, что вызывает более высокий спрос [2].

Потребители также стали более разборчивыми в отношении производства товаров, их ценообразования и возможности его оптимизации. Сегодня часто применяются такие практики, как совместное потребление. Покупатели же всё чаще пользуются различными видами скидок, бонусов и дисконтных систем. Во многих случаях для





приобретения дорогостоящих информационных продуктов также используются системы рассрочки и кредитования.

Успешный запуск нового продукта может принести компании огромную прибыль. Он приносит доход и повышает ожидания с осведомленностью о продукте на рынке. Также новый продукт может помочь собрать ранние отзывы пользователей. Затем они могут быть использованы командой разработчиков для улучшения решений.

Цифровые продукты обычно дешевле в производстве, чем физические. Нет необходимости платить за производство, упаковку, доставку, хранение или торговые площади. Продукты могут быть произведены только один раз, а их копии или обновленные версии могут продаваться годами. Это экономит время, деньги и усилия. Конечно, есть и недостатки (это относится ко всем произведенным продуктам, и физическим, и цифровым). На таких рынках существует большая конкуренция и многие цифровые решения уже доступны в Интернете. Поэтому и в онлайн- и оффлайн-производстве необходимо создавать конкурентоспособный продукт с высокой ценностью для выживания на рынке [3].

Остановимся на виртуальной одежде: это трехмерные, объемные и иногда анимированные представления предметов гардероба: платья, костюмы, пиджаки и юбки, созданные с помощью специальных цифровых программ (CLO 3D или Marvelous Designer). Эти вещи могут носить как цифровые модели, так и реальные люди. Для этого дизайнерскую одежду нужно наложить на фотографию клиента с облегающей одеждой, провести обмеры и создать модель на виртуальной копии человека.

Согласно исследованию Barclays Bank 2018 года, каждый десятый покупатель приобретает одежду только для того создания контента в социальных сетях. Затем новый предмет гардероба в лучшем случае отправляется обратно в магазин, а в худшем – на свалку. В данном контексте виртуальная одежда имеет не только развлекательный, но и экологический аспект: она дешевле, быстрее в производстве, существует в меньших количествах и наносит меньший вред окружающей среде. Кроме того, цифровые изображения можно использовать для создания форм и текстур, которые были бы невозможны в реальности.

Виртуальная одежда впервые появилась несколько лет назад, а во время пандемийного локдауна она привлекла широкое внимание общественности. Это произошло из-за закрытых магазинов, доставка одежды через Интернет задерживалась на дни или недели. Люди же при отсутствии возможности выхода из дома начали массово вести социальные сети.





Однако в последнее время цифровые образы привлекают и потребителей, и производителей. Производители оказались в проигрыше из-за закрытия офлайн-магазинов и общего снижения покупательской способности населения. Они не смогли создавать новые коллекции из-за закрытия границ и отсутствия импортных аксессуаров и тканей. Виртуальная мода позволила проводить презентации в 3D-формате. И основываясь на отзывах клиентов, предложить модели, которые точно будут пользоваться спросом [4].

Мэтью Дринкуотер, глава Агентства инноваций моды в Лондонском колледже моды, считает, что цифровая одежда станет нормой через пять-десять лет. Он, как и Керри Мерфи, основатель The Fabricant (первый в мире дом цифровой моды), в качестве примера огромного интереса к аналоговым вещам приводит покупку виртуального кота за 140 000 долларов на блокчейн-игре CryptoKitties. Эксперты также отмечают: люди готовы тратить реальные деньги на модные предметы в компьютерных играх и в цифровых пространствах. Например, стоимость внутренних покупок в Zepeto на момент 2020 года составляла 10 млн. долларов, а на конец 2022 года показатель увеличился до 2 млрд. [5].

Хотя интерес к этой области очень высок, существует большое количество барьеров. Один из них – необходимость наём профессиональной команды для разработки цифровой одежды с действительно высококачественный и эксклюзивным имиджем для поддержания конкурентоспособности организации. Но для многих людей все еще актуален офлайн-шопинг при важности опыта покупки и тактильных ощущений. Цифровой мир пока вряд ли сможет заменить ощущения.

Таким образом можно сделать вывод об изменении поведения потребителей со временем, что вносит определенные подвижки в механизм принятия решения о покупке. Для удовлетворения потребностей сотрудникам организации необходимо также изменять подходы к производству своего продукта, предлагать новые альтернативы, в том числе и цифровые. Развитие цифровой экономики позволяет разрабатывать новые подходы к созданию товаров в обществе потребления, что в конечном итоге приведет к созданию и укреплению периода Web 4.0.

Список использованных источников:

1. Трансформация потребностей и спроса на товары в цифровой экономике // платформа Автор24. 2020. [Электронный ресурс]. – URL: https://spravochnick.ru/marketing/transformaciya_potrebnostey_i_sprosa_na_tovary_v_cifrovoy_ekonomike/ (дата обращения 10.05.2023).
2. Скоробогатых И.И. Особенности поведения «цифровых» потребителей // журнал «Проблемы современной экономики». 2018.





[Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-povedeniya-tsifrovyyh-potrebiteley> (дата обращения 09.05.2023).

3. Как создать и запустить цифровой продукт в 2023 году // онлайн-платформа ClickFraud. 2023. [Электронный ресурс]. – URL: <https://clickfraud.ru/kak-sozdat-i-zapustit-cifrovoy-produkt-v-2023-godu/> (дата обращения 09.05.2023).

4. Что такое виртуальная одежда и где ее купить // РБК Новости. 2020. [Электронный ресурс]. – URL: <https://style.rbc.ru/items/5ee785719a7947132959ec3f> (дата обращения 10.05.2023).

5. Метавселенная Zepeto // цифровая платформа по метавселенным Maff. 2022. [Электронный ресурс]. – URL: https://maff.io/media/chto_takoe_zepeto/ (дата обращения 11.05.2023).

© Ткачук А.Е., Политова Р.В., 2023

УДК 339.9

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Толочко В.В., Добринец Я.И.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

Мир стремительно вступает в цифровую эпоху. Цифровые технологии постепенно внедряются во все обыденные сферы жизнедеятельности современного человека. Зарождается новая экономика, движущей силой которой является цифровая информация, имеющая ряд преимуществ по сравнению с аналоговой. Она является двигателем развития многих индустрий и стремительно растет по всему миру, повышая производительность труда и экономическую эффективность.

В узком смысле цифровизация – это новый этап автоматизации и информатизации экономической деятельности и государственного управления, процесс перехода на цифровые технологии, в основе которого лежит не только использование для решения задач производства или управления информационно-коммуникационных технологий, но также накопление и анализ с их помощью больших данных в целях прогнозирования ситуации, оптимизации процессов и затрат, привлечения новых контрагентов.

В широком смысле цифровизацию можно рассматривать как эффективное мировое развитие лишь в том случае, если она будет соответствовать следующим требованиям: когда она будет охватывать в полной мере бизнес, производство, науку, социальную сферу и обычную жизнь граждан; эффективное использование ее результатов; данными





результатами могут пользоваться не только соответствующие лица, но и обычные граждане; те, кто пользуются цифровой информацией, имеют навыки работы с ней [1].

Мировая экономика является основной сферой, где активно проходит цифровизация. Сегодня мы уже можем говорить о новом этапе развития – цифровой экономики.

Цифровая экономика представляет собой экономическую деятельность, основанную на цифровых и электронных технологиях и включающую в себя электронный бизнес и коммерцию, а также производимые ими товары и услуги. Помимо этого, в нее входят такие сферы, как цифровые платформы, облачные технологии, цифровые финансы, робототехника, искусственный интеллект и другие [2, с. 9].

Преобразование информации в цифровой формат не только снижает издержки, но и открывает новые возможности для различных отраслей экономики. В частности, она стимулирует последовательное улучшение всех бизнес процессов в экономике и связанных с ней социальных сферах, чему способствует увеличение скорости взаимодействия, доступности и защищенности информации, а также возрастание роли автоматизации как базы цифровизации. По мере углубления цифровизации и охвата ею всех сторон экономической и социальной жизни, она превращается в мощный драйвер инновации, конкурентоспособности и экономического роста.

В нашей стране цифровая экономика развивается в соответствии с Государственной программой «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 гг. Согласно ей, в Беларуси должна осуществиться цифровая трансформация процессов управления предприятиями и производством, а также создание единых цифровых решений (государственных цифровых платформ) для продвижения отечественной продукции на мировой рынок [3].

Наличие данной программы говорит о стремлении белорусского правительства в повышении эффективности работ и улучшения конкурентоспособности предприятий.

Развитие Интернета послужило существенной предпосылкой цифровизации экономики. Сеть Интернет появилась в середине 1990-ых гг. и, несмотря на это, на сегодняшний день сфера цифровой деятельности развивается достаточно стремительно, человек сталкивается с ней каждый день во всех сферах своей жизнедеятельности. На сегодняшний день в мире насчитывается свыше 5 млрд. пользователей интернета, то есть доступ к Сети имеют 63% населения планеты. Интернет в развитых странах интегрируется в экономическую, социальную и иные сферы человеческой деятельности, захватывая бизнес, банковское дело, образование и др. [4].





Преимущества цифровых технологий ощущает на себе вся экономика. В табл. 1 представлены отрасли экономики, в которых цифровизация занимает высокие позиции.

Таблица 1 – Отрасли экономики с высоким уровнем трансформации цифровизации. Собственная разработка на основании [2]

Отрасль	Примеры цифровых технологий
Финансовые услуги	Онлайн-банкинг, электронные платежные системы, криптовалюты, инвестиционные платформы
Розничная торговля	Электронная коммерция, базы данных клиентов, аналитика продаж, цифровой маркетинг
Телекоммуникация	Цифровое радиовещание, цифровая телефония, цифровое телевидение и интернет-подключения
Производство	Цифровое проектирование и производство, собственные информационные системы, интернет-маркетплейсы для продажи своих продуктов
Транспорт	Автономные автомобили, умные грузовые перевозки, системы геолокации и мониторинга транспортных средств

Цифровизация экономики в настоящее время осуществляется в различных формах, которые опираются на использовании компьютерных ресурсов и сетевых возможностей и их внедрении в различные сферы производственной социальной и бытовой деятельности. Она предполагает не только развитие производства компьютеров, компьютерных технологий и программных продуктов, но и формирование специальных платформ на базе компьютерных сетей, позволяющих перерабатывать и перераспределять информацию между заинтересованными лицами.

В условиях цифровой трансформации экономики бизнес-модели также должны эволюционировать, чтобы оставаться конкурентоспособными и успешными.

Новые возможности бизнеса базируются на интеграции киберфизических систем, объединяющих информационные потоки, технологические процессы производства одной или нескольких организаций, обеспечивающих весь жизненный цикл изделия. В новых условиях формируются цепочки создания добавленной стоимости, эффективно соединяющие потребителей, разработчиков, производителей, обеспечивающих эффективную логистику в интернет-пространстве.

Интернет вещей (Internet of Things – IoT) – это концепция сети передачи данных между устройствами. Внутри IoT люди могут общаться с «вещами», а «вещи» – общаться между собой. Интернет вещей объединяет устройства в компьютерную сеть и позволяет им собирать, анализировать, обрабатывать и передавать данные другим объектам через программное обеспечение, приложения или технические устройства.

Smart Factory – «умное предприятие» базируется на интеллектуализации процессов постановки задач, проектирования, производства, а в дальнейшем при развитии когнитивных технологий будет создана основа для пятой промышленной революции [2, с. 61].

Компании, которые принимают участие в цифровой трансформации, могут использовать одну из этих моделей развития бизнеса, чтобы оказаться в передовых рядах и обеспечить свой успех в будущем.





Цифровизация является востребованной темой для развития любой страны, при этом существуют как положительные, так и отрицательные стороны данного вида экономики. К ключевым преимуществам цифровой экономики можно отнести:

Увеличение производительности труда. В цифровой экономике автоматизация выполнения задач и использование интеллектуальных технологий помогают повышать производительность труда.

Улучшение качества жизни. Цифровые технологии упрощают выполнение повседневных задач, таких как покупки или заказ еды, а также дают возможность получать необходимую информацию и общаться с людьми из разных частей мира.

Развитие экономического потенциала. Цифровые технологии способствуют развитию новых отраслей и бизнес-моделей, что в конечном итоге может привести к улучшению экономического потенциала и повышению уровня жизни населения.

Основными недостатками цифровой экономики являются:

Неравенство доступа к технологиям. Некоторые группы населения могут оказаться исключенными из цифровой экономики из-за отсутствия ресурсов или знаний по использованию технологий.

Угрозы для конфиденциальности и безопасности данных. Цифровые технологии могут стать источником различных угроз для конфиденциальности и безопасности данных, таких как кибератаки, хакерские атаки или мошенничество.

Риск потери рабочих мест. Автоматизация и роботизация производства могут привести к сокращению рабочих мест и негативно повлиять на экономическую безопасность и социальное благополучие людей.

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что цифровизация мировой экономики – это новая ветвь технической революции. Пока она будет существовать, мир будет развиваться и совершенствоваться.

Чтобы экономика развивалась быстро и качественно необходимо использование высоких технологий, благодаря которым можно наиболее точно оценить состояние секторов экономики, а также состояние рынка. Цифровая экономика может повысить производительность, улучшить качество жизни и обеспечить новые возможности для инноваций и развития. Однако она также может привести к неравенству, если доступ к технологиям и знаниям ограничен. Поэтому важно стремиться к тому, чтобы все люди были включены в цифровую экономику и имели равный доступ к ее преимуществам.





Список использованных источников:

1. Цифровая трансформация. Термины и определения: СТБ 2583-2020. – Введ. 2021–03–01. – Минск: Госстандарт, 2020. – 16 с.
2. О Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021-2025 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 2 февр. 2021 г., № 66 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – 2021.
3. Сергеев. Л. И. Цифровая экономика: учебник для вузов / Л. И. Сергеев, Д. Л. Сергеев, А. Л. Юданова; под редакцией Л. И. Сергеева. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 437 с.
4. DIGITAL 2022: APRIL GLOBAL STATSHOT REPORT // DATAREPORTAL URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-april-global-statshot> (дата обращения: 05.05.2023).

© Толочко В.В., Добринец Я.И., 2023

УДК 336.7

ФАКТОРЫ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ ЛЮДЕЙ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПОДВЕРЖЕННОСТЬ ФИНАНСОВОМУ МОШЕННИЧЕСТВУ

Трусова А.В.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

Особое место среди всех видов мошенничества занимает именно финансовое, которое, несмотря на стремительное развитие новых технологий криптозащиты, также быстро адаптируется. Появляются все новые и новые мошеннические схемы, жертвами которых становятся тысячи людей.

Финансовое мошенничество – совершение противоправных действий в сфере денежного обращения путем обмана, злоупотребления доверием и других манипуляций с целью незаконного обогащения.

Основные виды финансового мошенничества:

Мошенничество с банковскими картами – хищение денежных средств с использованием похищенной или подделанной банковской карты, а так же с помощью похищенных данных банковской карты.

Интернет-мошенничество – вид мошенничества с использованием Интернета.

Финансовые пирамиды – это способ получения дохода за счет постоянного привлечения денежных средств от новых участников и их перераспределения без проведения хозяйственной или другой деятельности.





Мошенничество на финансовых рынках.

В представленной ниже схеме (рис. 1) обобщена информация о наиболее часто используемых схемах финансового мошенничества в Республике Беларусь.



Рисунок 1 – Основные схемы, связанные с финансовым мошенничеством в Республике Беларусь

Рассмотрим самые популярные за последнее время схемы финансового мошенничества в Республике Беларусь. Самый распространенный способ мошенничества с банковскими картами – социальная инженерия. Мошенники уговаривают жертву либо выдать данные карточки и пароль из смс, либо просто перевести деньги. Данный вид мошенничества легко адаптируется, при этом методы всегда основываются на особенностях принятия решений в условиях дефицита времени, фобиях и недостаточности уровня финансовой грамотности. Мошенничество с e-commerce находится на втором месте. Оно связано с платежами в сети интернет, онлайн-сервисами, осуществляющими продажу компьютерных программ, игр, приложений, услуг платного телевидения [1].

За последнее годы интернет-мошенничество приобрело широкую популярность. В РБ самыми популярными схемами являются: рассылка вредоносных писем и сообщений, содержащих ссылки на установку вредоносного ПО, которое «вытягивает» персональные данные из девайса; «сайты-фальшивки»; взлом аккаунтов в соцсетях для распространения просьб о материальной помощи на благотворительные цели [2].

Мошенничество под видом сетевого маркетинга. Это одна из наиболее часто используемых мошенниками схем для маскировки своей деятельности, имеющая схожие процессы с сетевым маркетингом. Принципы работы сетевого маркетинга основываются на получении прибыли от продажи продукции. Для этих целей используются сертификаты, ювелирные изделия, косметика, товары по уходу за телом.

Широко распространены и мошенничества, связанные с неуплатой налогов. Данный вид мошенничества в финансово-кредитной сфере





получил широкое распространение в настоящее время, совершается различными способами с использованием налоговых деклараций с указанием недостоверных данных, подставных фирм-«однодневок», нелегальных организаций по обналичиванию денежных средств и требует отдельного глубокого изучения правоохранительными органами. А также хищение денежных средств посредством получения (присвоения) различных кредитов при помощи подложной (фальшивой) бухгалтерской или учредительской [3].

Приведённая выше информация доказывает, что финансовое мошенничество в нашей стране широко распространено и эта тема актуальна в наше время. Причины, из-за которых люди становятся жертвами финансовых мошенников можно объяснить особенностями принятия финансовых решений. В экономике невозможно игнорировать человеческий фактор и именно этим и пользуются мошенники.

Факторы финансового поведения людей, определяющие подверженность финансовому мошенничеству можно попытаться объяснить, используя различные эвристики суждения. Слово «эвристика» означает применение какого-то простого правила для решения сложных проблем. Эвристика может быть осознанной методикой, когда мы сознательно хотим использовать преимущества неконтролируемого потока сознания.

При принятии решений, в которых нам нужно мысленно оценить какие-то неизвестные нам параметры (возможный ущерб, вероятность его наступления, адекватность предлагаемого выигрыша и т.д.), мы пользуемся когнитивными (мыслительными) эвристиками. Они в свою очередь могут привести как к правильным, так и неправильным решениям [4].

Выделяют следующие виды эвристик суждения:

1. Эвристика доступности представляет собой замену сложной оценки того, насколько значимо «А», тем, насколько легко мы вспоминаем примеры «А». Данной особенностью нашего сознания легко могут воспользоваться мошенники. В силу эвристики доступности эмоционально окрашенные новостные сообщения позволяют достаточно легко манипулировать общественным мнением. В качестве примера можно рассмотреть известную в свое время финансовую пирамиду АО «МММ». Особенность данной финансовой пирамиды было то, что реклама АО «МММ» в большом количестве транслировалась по телевидению, показывая, как простой гражданин Ленья Голубков, вложив деньги, смог купить жене сапоги. Таким образом у общества сформировался яркий пример того, как можно легко заработать денег в непростое время.





Вспоминая данный пример люди охотно несли свои деньги и становились жертвами финансового мошенника в лице АО «МММ».

2. Эвристика репрезентативности – это замена сложной оценки вероятности того, что «А» обладает характеристикой «Б», легкой оценкой похожести «А» на «Б». При этом мы игнорируем надежность данных. Этим могут воспользоваться финансовые мошенники. Примером могут являться «сайты-фальшивки» на первый взгляд они внешне не отличимы от искомых веб-сайтов и даже могут находиться на первом месте при поисковом запросе. Однако, когда люди вводят свои персональные данные на этом сайте, то становятся жертвами мошенников. Человек не проверяет достоверность сайта руководствуясь лишь внешней оценкой похожести одного сайта на другой.

3. Особое место следует уделить эвристики аффекта. Эмоциональный отклик организма на воображаемый результат может повлиять на принятое решение. Именно данная особенность человеческого организма чаще других является причиной, из-за которой люди становятся жертвами мошенников.

Эмоции возникли в процессе эволюции как защитный механизм, обеспечивающий выживание человека. Принято условно выделять два типа эмоций: базовые и вторичные. Базовые эмоции мозг обрабатывает быстрее, но главное отличие – в этом процессе нет участия мышления, организм реагирует рефлекторно. Таким образом, приёмы с активизацией базовых эмоций – отличный способ обеспечить быструю и необдуманную реакцию жертвы. Именно его и используют мошенники.

Одной из самых распространённых сфер, где используются наши эмоции является социальная инженерия. В Республики Беларусь данная схема мошенничества так же занимает лидирующие позиции. Мошенники воздействуют на эмоциональную сферу своих жертв и убеждают их добровольно расстаться с деньгами. Причина и сценарий обмана, а также информационные поводы меняются. Но результат остается одним и тем же: жертва самостоятельно отправляют деньги на счет мошенников или снимает их и передают наличными в руки преступников.

Изучение практики подтверждает необходимость финансового образования и предоставления профессиональной помощи населению по вопросам личного финансового планирования. Соответствующие инициативы эффективно влияют на изменение финансового поведения.

В то же время следует учитывать несовершенство законодательного регулирования, невозможность в кратчайшие сроки организовать действенную систему независимого консультирования населения по всей стране. Для этого необходимо совершенствовать нормативно-законодательную базу, оперативно информировать об изменениях в





законодательстве, о выдаче и отзыве лицензий, случаях мошенничества; предоставлять координаты служб и лиц, рассматривающих жалобы населения.

Список использованных источников:

1. Эксперт рассказал, как похищают деньги с банковских карт // Беларусь и мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belmir.by> – Дата доступа: 28.03.2023.

2. Мошенничество в Интернете, что делать если Вы стали жертвой мошенников // SP&P [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spplaw.by/blog/moshennichestvo-v-internete/> – Дата доступа: 30.03.2023.

3. Мошенничество в экономической (финансово-кредитной) сфере // ilex новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/moshennichestvo-v-ekonomicheskoy-finansovo-kreditnoj-sfere/> – Дата доступа: 31.03.2023.

4. Как мы принимаем финансовые решения // Финансовая грамотность в вузах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finuch.ru/chapter/7922> – Дата доступа: 12.05.2023.

© Трусова А.В., 2023

УДК 338.45

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Катышева А.А., Урусова Е.О.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации», Москва*

Текстильная промышленность – одна из наиболее крупных отраслей легкой промышленности. Доля текстильной отрасли в отечественном ВВП постепенно повышается, это связано с активными действиями государства, направленными на развитие производства текстильной продукции (рис. 1).

В настоящий момент рынок товаров текстильной промышленности занимает большую долю в сфере производства непродовольственных товаров. Объем отрасли легкой промышленности в России равен 4 трлн. рублей, рост отрасли за последний год составляет от 4 до 5,5% [10]. Современная российская легкая промышленность обеспечивает около 0,9% ВВП или 2,4% от объема промышленного производства. Для сравнения в других странах доля составляет 6% от ВВП Германии, 12% в Италии и 4% в США [4] (рис. 2).



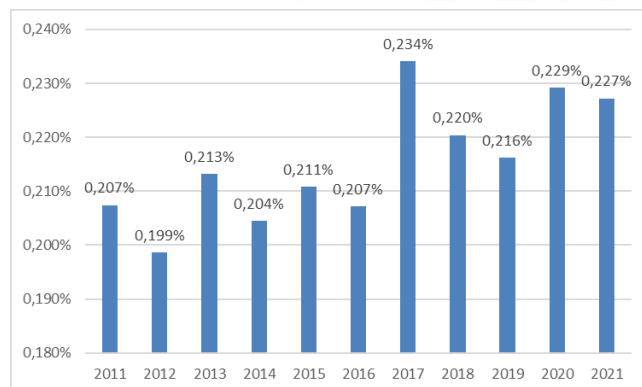


Рисунок 1 – Доля производства текстильных изделий, одежды, кожи и изделий из кожи в ВВП, % [11]

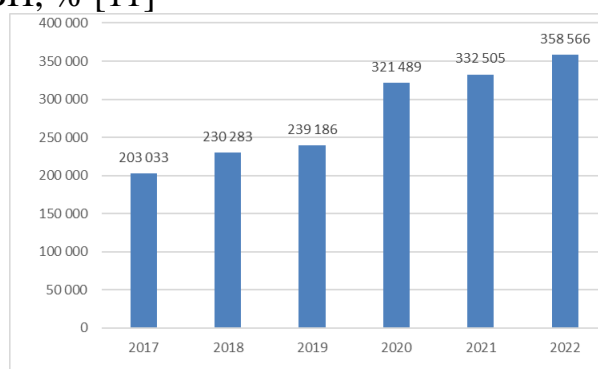


Рисунок 2 – Объем производства текстильных изделий (ОКВЭД2 – 13), млн рублей [11]

Теперь важно рассмотреть структуру производства текстильной продукции и одежды. Самой значимой частью производства текстильных изделий является производство текстильных тканей, объем производства за 5 лет увеличился на 73%, производство меховых изделий снизилось, а производство вязаных и трикотажных изделий немного увеличилось (табл. 1).

Таблица 1 – Структура производства текстильных изделий, 2017-2022 гг. [11]

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Производство текстильных изделий	203 033	230 283	239 186	321 489	332 505	358 566
в том числе:						
Подготовка и прядение текстильных волокон	11 592	8 809	7 403	8 314	8 725	9 146
Производство текстильных тканей	52 559	59 069	58 769	76 670	83 752	98 858
Отделка тканей и текстильных изделий	8 532	5 137	6 423	8 008	8 297	7 226
Производство прочих текстильных изделий	130 351	157 268	166 591	228 497	231 731	243 336

Приоритетными направлениями совершенствования легкой промышленности выступает модернизация процесса производства текстильной продукции и интегрированной производственной цепочки производства натуральных волокон, а также развитие национальных брендов. Основные производственные мощности расположены в Ивановской, Владимирской и Московской областях. Наибольшее количество предприятий сосредоточено в Ивановской области. Доля





изделий в данном регионе составляет 42%, а производство хлопчатобумажной продукции – 86%. В период с января по сентябрь 2021 года на территории области было выпущено 12,2 тыс. тонн пряжи и 548,9 млн кв. метров ткани из хлопка [9].

Серьезной проблемой легкой промышленности по сей день остается недостаточный объем собственной сырьевой базы: доля импортных материалов составляет 65%, что может иметь негативные последствия в условиях геополитической нестабильности. Данная тенденция объясняется неподходящими условиями для выращивания ряда волокон на территории России. Среди тенденций развития текстильной промышленности можно выделить вытеснение тканей бумагой и пластмассами, использование «умных тканей», не уступающих по свойствам классическим материалам. За 2022 год доля синтетического волокна (64%) почти вдвое превысила волокно растительного происхождения (36%) [13]. Россия отличается развитой сырьевой базой в области производства нефтепродуктов и химического комплекса. Несмотря на это производство синтетического текстиля составляет 2% на мировом рынке данной продукции, а в отдельных отраслях синтетическая зависимость достигает 90% [2].

Индекс предпринимательской уверенности – один из важнейших показателей отрасли, качественно характеризующий экономическую деятельность. За последние несколько лет компании чувствуют себя неуверенным, значит, число руководителей, негативно оценивающих текущую и будущую экономическую ситуацию больше, чем тех, кто оценивает экономическую ситуацию позитивно. Большая часть 2021 года позитивно оценивалась компаниями, по большей части из-за отмены ковидных мер и значительной поддержки государства (рис. 3а).

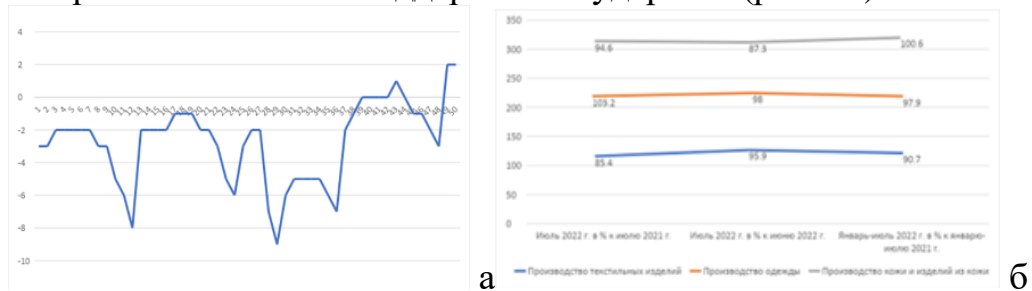


Рисунок 3 – Индекс а) предпринимательской уверенности обрабатывающих организаций, %, 2022 г. [11]; б) производств (в %), 2022 г.

Изменения индекса производства характеризуют изменения масштабов производства с 2021 по 2022 год. Данный показатель оценивает физическое изменение объема изготовленной продукции. Производство текстильных изделий так и не перешагнуло порог 100%, это говорит нам о том, что компании в 2022 году не смогли произвести объем больший, чем в





2021 году. Только производство одежды в июле 2022 года было больше, чем в июле 2021 года, но и это превышение было незначительным, всего 0,6% (рис. 3б).

Текстильная отрасль оказывает значительное влияние на атмосферу через большой объем выбрасываемых отходов. Остаточные материалы – волокна, бракованные изделия и неиспользованные ткани – сжигаются и закапываются на специализированных полигонах, что оставляет концентрированную дозу токсичных веществ в почве и грунтовых водах. Помимо этого, одной из главных проблем текстильной промышленности в области загрязнения экологии является внушающий объем сточных вод, которые негативно влияют на окружающую и водную среду. В сточных водах могут содержаться как твердые (волокна, глина, цемент, каолин), так и жидкие частицы (нефть, смола). Для того, чтобы снизить отрицательный эффект, сточные воды вторично используются для орошения в сельском хозяйстве. Для этого они смешиваются с бытовыми водами и подвергаются предварительной механической очистке [1]. Для устранения проблемы загрязненности сточных вод применяется ряд методов: механической, химической и биохимической очистки, каждый из которых имеет различный санитарный эффект [4]. Для очистки также применяют озон, однако его использование для избавления от патогенных микроорганизмов эффективно лишь при небольшом уровне загрязнения вод и, как правило, нерентабельно: капитальные затраты от озонирования в несколько раз превышают расходы на классические методы очистки.

Стоит отметить, что применение синтетических поверхностно-активных веществ в настоящее время получило широкое распространение. Их концентрация в сточных водах на многих предприятиях текстильной промышленности составляет от 500 до 1000 мг/л. Содержание подобных веществ требует особого подхода к очистке и применения специализированных методов [7].

В сфере текстильной промышленности за последнее время можно выявить такие тренды, как удобство, цифровизация и персонализация. Постепенно происходит локализация производств, что позволит компаниям конкурировать с производствами других стран, в особенности, Китая.

Стимулирование текстильной промышленности осуществляется благодаря различным мерам государственной поддержки, а также развитием правового регулирования сельскохозяйственной продукции. Основным документом является «Сводная стратегия развития обрабатывающей промышленности Российской Федерации до 2024 года и на период до 2035». Согласно стратегии развития применение инноваций на производстве является одной из приоритетных задач бизнеса в данной





отрасли. Одним из примеров инноваций, который активно применяются в легкой промышленности на данный момент, является кластерное производство экологически чистых тканых, трикотажных и прочих текстильных изделий. Кластеры служат эффективным механизмом развития текстильной отрасли, создают условия для эффективного воздействия бизнеса, науки и государства [4]. Данный метод применяется для более глубокой переработки хлопкового волокна с применением современных технологий.

Другими важными мероприятиями в процессе реализации стратегии являются: альтернативное финансирование; изменение правовой базы, так как присутствуют системные проблемы в нормативной документации, которые требуют обязательного пересмотра (например, некоторые технические регламенты таможенного союза); снижение налоговой и регулятивной нагрузки, что позволит компаниям иметь большее количество ресурсов для развития; формирование позитивного инвестиционного климата для повышения привлекательности текстильной промышленности; инвестирование в региональные фонды развития промышленности; субсидирование затрат на НИОКР; развитие методов бережливого производства.

Описанные в стратегии мероприятия могут подтолкнуть отрасль к колоссальному развитию. Основными тенденциями развития текстильной промышленности, на данный момент выступает ориентация на модернизацию оборудования, применение современных методов производства и его реструктуризация, стратегическое управление, более детальное прогнозирование деятельности, повышение квалификации кадров и совершение дизайна изделий [17]. Сейчас рост текстильной промышленности невозможен без развития регионального участия в процессе увеличения доли отрасли в ВВП. Без инвестиций в текстильную промышленность, рост отрасли замедлится.

Текстильная отрасль обладает некоторыми проблемами, которые впоследствии могут стать точками роста:

1. Низкая инновационность производств, редкая модернизация оборудования – это одна из основных проблем, потому что именно качество и использование оборудования нового технологического этапа позволит компаниям быть более конкурентоспособными как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Сейчас государство создает условия для предприятий для получения кредитов под низкие ставки, грамотное использование предоставляемых льгот позволит обновить оборудование компаний.

2. Низкая инвестиционная активность внутри отрасли – проблема, решением которой необходимо заниматься комплексно: формировать





позитивную инвестиционную среду, фонды инвестиций в различные исследования, осуществлять деятельность по популяризации легкой промышленности.

3. Низкая инновационная активность – инвестирование в кадры, сотрудничество с университетами, поощрение исследований.

4. Неполная правовая база – более тесное сотрудничество с органами государственной власти, продвижение тех инициатив, которые позволят ускорить развитие отрасли [12].

Важным направлением является применение экономико-математических методов на основе обширного программного обеспечения. Данный метод нацелен на регулирование процесса проверки качества продукции и ориентируется на закреплённые Международной организацией по стандартизации (ISO) систем управления качеством. Более широкое распространение планируется придать теории массового обслуживания, которая на сегодняшний момент используется только для определения коэффициента операций. В будущем же предполагается, что данная теория будет нацелена на весь процесс управления и организации производства. Преимуществом описываемого подхода является то, что он учитывает спецификацию отрасли легкой промышленности, а именно сложность технологических потоков и многостаночное обслуживание.

Таким образом, состояние отрасли легкой промышленности в настоящий момент можно оценить как возрастающее и постепенно восстанавливающееся после пандемии. Текстильная отрасль, являясь одной из наиболее распространённых областей легкой промышленности, на сегодняшний день отличается высокой приверженностью инновациям. Активную поддержку в данном вопросе оказывает государство. Тенденции развития текстильной промышленности в большей степени определяются теми проблемами, которые на данный момент приносит предпринимательство в этой сфере. Они затрагивают, в первую очередь, большой объём от доходов от производства, что загрязняет атмосферу и водные пространства. На данный момент проводится ряд процедур по снижению экологического следа: поэтапная очистка сточных вод, озонирование, кластеризация и другие. Помимо этого, остро стоит проблема корпоративного управления и планирования деятельности на предприятии.

Список использованных источников:

1. Абдуганиев Н.Н., Мирзаева Г.С. Пути интенсивности работы аэратенков с пневматической аэрацией // Universum: технические науки. 2019. №12–1 (69). [Электронный ресурс]. Режим доступа. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-intensivnosti-raboty-aeratenkov-s-pnevmaticheskoy-aeratsiey> (дата обращения: 10.02.2023).





2. Абдуганиев Н.Н., Мирзаева Г.С., Тешабоев А.М., Жалилов Л.С. Влияние текстильной промышленности на экологию // International Congress on Multidisciplinary Studies in Education and Applied Sciences. [Электронный ресурс]. Режим доступа. – URL: <http://conferencezone.org/index.php/cz/article/view/710/687> (дата обращения: 10.02.2023).

3. Внешняя торговля / Федеральная службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа. – URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/vneshnyaya_torgovlya (дата обращения: 13.03.2023)

4. Горбашко Е.А., Леонов С.А., Малевская-Малевиц Е.Д. Современное состояние и перспективные тенденции текстильной отрасли легкой промышленности России // Технология текстильной промышленности. 2019. №1. С.23-28.

5. Занятость и безработица в Российской Федерации в январе 2021 года / Федеральная службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа. – URL: https://gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d02/38.htm (дата обращения: 13.03.2023)

6. Ибрагимова Р.С., Головкин Д.С. Оценка экономического потенциала текстильной промышленности на основе концепции Foresight // «Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение» №4 (56). 2018.

7. Производство хлопка в России // Доклад Российской Федерации о хлопковой и текстильной отраслях. [Электронный ресурс]. Режим доступа. – URL: https://www.icac.org/Content/EventDocuments/PdfFiles6bb52410_7a94_49d9_9ec9_5d940f3b8a75/Russia_Country%20Profile_rus.pdf (дата обращения: 20.02.23)

8. Стратегическая Программа Исследований Технологической платформы «Текстильная и легкая промышленность на 2021–2023 гг. [Электронный ресурс]. Режим доступа. – URL: <http://www.kstu.ru/servlet/contentblob?id=356311> (дата обращения: 17.02)

9. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 20.02.23)

10. Хонкелдиева К. Актуальные вопросы повышения экономического потенциала текстильной промышленности // Наука сегодня: фундаментальные и прикладные исследования. 2020. [Электронный ресурс]. Режим доступа. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44088828> (дата обращения: 15.02.2023).





11. Шевченко И.К., Развадовская Ю.В., Марченко А.А. Текстильная промышленность в России: история и современность // Пространство экономики. №1. 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tekstilnaya-promyshlennost-v-rossii-istoriya-i-sovremennost> (дата обращения: 15.02.2023).

12. Ramazonovich N.F., Anvarovich M.A., Marifovich T.A., Muminaliyevich U.J., Toshpulatovich P.S. Resource-saving manufacturing technologies and thermal hardening of machine parts and tool // International Journal of Mechatronics and Applied Mechanics (9), 137-145. 2021.

© Катышева А.А., Урусова Е.О., 2023

УДК 338

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ФИНАНСОВОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Усова А.А.

Научный руководитель Андросова И.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Могут ли автоматические роботы, оснащенные искусственным интеллектом, управлять финансовыми рынками? Они жадно поглощают информацию, анализируют данные, мгновенно определяют чистую приведенную стоимость проекта с учетом различных факторов и принимают решение об инвестиции. Эти роботы знают о каждой копейке и долларе, о минимальных изменениях курсов валют и каждой транзакции, совершенной пользователем.

Не так давно такое Пелевинское описание будущего финансового мира могло казаться чересчур футуристичным, однако в течение последних 5-10 лет количество компаний, которые стали применять подход к интеллектуальному принятию решений на основе данных только увеличивается. Данный рывок произошел во многом благодаря возможности дешевого хранения больших объемов информации. Рынку потребовалось время, чтобы осознать, что в некоторых задачах машина может принимать решения более эффективно, чем человек. Этот класс задач постоянно расширяется, что ведет к кардинальным изменениям, и даже к исчезновению некоторых ролей в бизнесе.

Исследовательское агентство Gartner одним из главных технологических направлений трендов называет работу с Big Data – большими данными [1]. Компании вынуждены выстраивать не только





систему хранения данных, но и организовывать работу с ними. Использование искусственного интеллекта для принятия решений - подход, который по прогнозу Gartner будет способствовать улучшению конкурентных позиций компании, сокращать время на принятие управленческих решений и улучшать их качество.

Комбинация человеческой оценки и анализа данных в большинстве случаев может повысить качество принимаемых решений. Развитие машинного обучения и искусственного интеллекта наиболее заметно в IT и банковском секторе экономики. Российские компании не только не отстают, но и во многих случаях опережают своих западных коллег. Многие решения и алгоритмы, разработанные в России, широко используются за рубежом. Согласно исследованию «Future of job report, 2023» от Всемирного экономического форума (WEF), более 75% организаций планируют внедрить технологии Big data, облаков и искусственного интеллекта в ближайшие пять лет. Ожидается, что электронная коммерция и онлайн-продажи будут внедрены в 75% фирм [2].

Искусственный интеллект может быть применен во многих сферах экономики: с его помощью можно прогнозировать тренды и покупательское поведение, автоматизировать бизнес-процессы, выявлять возможные риски компании, анализировать финансовые данные компании и улучшать финансовую стратегию.

Понятие финансового менеджмента может трактоваться как искусство управления и руководства финансовыми отношениями с целью наиболее эффективного использования ресурсов фирмы. В последние годы финансовый менеджмент становится все более автоматизированным благодаря использованию искусственного интеллекта и анализу данных как источника для выдвижения гипотез.

Анализ данных – один из наиболее важных аспектов финансового менеджмента. Использование искусственного интеллекта для анализа финансовых данных экономит рабочее время, позволяет выявить скрытые связи и выстраивать более точные прогнозы.

Например, у компании Сбер существует отдельный сервис со всей экономической статистикой России по отраслям – Сбер Индекс. На этой платформе публикуются данные об экономическом состоянии и поведении населения в России [3]. Информацию с этого сайта можно использовать для анализа текущей экономической ситуации в стране, принятия инвестиционных решений, оценки влияния определенных событий на поведение потребителей и бизнеса, а также для планирования маркетинговых и рекламных кампаний. Так, данные по изменению трат по категориям позволяют понять, как изменяются предпочтения потребителей





и какие сферы нуждаются в дополнительной поддержке. Данные сайта также могут быть полезными для государственных и муниципальных органов для оценки эффективности программ социальной поддержки и принятия решений в экономической политике.

Еще один пример использования искусственного интеллекта для анализа данных о клиентах – это компания Яндекс, которая использует машинное обучение для исследования пользовательской активности в поисковой системе, музыкальном сервисе и других продуктах [4]. На основе этого анализа компания выявляет предпочтения пользователей и предлагает персонализированный контент, рекламу и рекомендации товаров и услуг. Но как это влияет на финансовый менеджмент?

В долгосрочной перспективе для любой компании создание лояльной аудитории – инвестиция в построение сильного бренда и в формирование будущих денежных потоков, ведь лояльная аудитория может формировать прибыль компании повторными покупками (вероятность возвращения клиента больше) и снижением затрат на маркетинг (предельные издержки на привлечение каждого нового потребителя обычно растут).

Прогнозирование трендов – еще один важный аспект финансового менеджмента. Искусственный интеллект способен прогнозировать финансовые тренды на фондовом рынке и в различных отраслях, используя алгоритмы машинного обучения для анализа исторических данных. Это позволяет финансовым менеджерам принимать более осознанные решения и увеличивать свою прибыльность.

Для прогнозирования тенденций на фондовом рынке искусственным интеллектом производится анализ большого объема данных, включающих исторические данные о ценах на акции, объемы торговли, финансовые отчеты компаний, новостные статьи, социальные медиа и другие факторы, которые могут повлиять на цены акций. Для решения этой задачи используются алгоритмы машинного обучения, такие как нейронные сети, деревья решений, случайные леса и другие. Алгоритмы обучаются на исторических данных, а затем используются для прогнозирования будущих трендов на основе новых данных.

Рассмотрим компанию ITInvest, она специализируется на онлайн-инвестировании и торговле на финансовых рынках. Клиенты имеют возможность инвестировать в различные финансовые инструменты, такие как акции, облигации, ETF и фонды, а также получать доступ к торговле на биржах и инвестиционным продуктам. Кроме того, компания предоставляет аналитические данные и инструменты для помощи клиентам в принятии инвестиционных решений.





Используя алгоритмы машинного обучения, ITInvest анализирует большие объемы данных о фондовых индексах, котировках акций и других инструментах рынка, новостях и других факторах, которые могут повлиять на цены [5]. Эти данные помогают алгоритмам машинного обучения строить модели для прогнозирования тенденций на фондовом рынке, что позволяет инвесторам принимать более взвешенные инвестиционные решения.

Еще один важный аспект финансового менеджмента – управление рисками. С точки зрения математики, любой риск – это вероятность наступления негативного события, которое может нанести ущерб компании, а в финансовом менеджменте риск напрямую связан с возможными денежными потерями. Управление рисками включает в себя их определение, оценку вероятности и воздействия на финансовую деятельность организации, а также разработку планов по их минимизации и их управлению в случае возникновения.

Один из ежедневных рисков, с которым сталкивается банковский сектор – риск фрода – вероятность возникновения финансовых потерь, связанных с мошенничеством, вредоносными действиями или незаконным использованием данных, активов и ресурсов компании. Фрод может происходить как со стороны клиентов, так и со стороны сотрудников банка, а также третьих лиц (киберпреступников, взламывающих банковские системы и украденные данные клиентов). Фрод может проявляться в различных формах, например, в виде фальшивых транзакций, манипулирования счетами и кредитами, фальсификации документов. Поскольку этот риск является одним из основных рисков в финансовом секторе, банки вкладывают значительные ресурсы в разработку и реализацию стратегий для снижения риска фрода: мониторинг финансовых транзакций, анализ данных, идентификация подозрительных операций, внедрение мер безопасности и обучение персонала. Например, Альфа-банк предоставляет широкий спектр финансовых услуг для физических и юридических лиц, он также известен своими инновационными решениями и активно использует искусственный интеллект и аналитические инструменты для улучшения качества обслуживания клиентов [6]. Компания использует подход, основанный на анализе поведения пользователей и мониторинге финансовых транзакций с помощью алгоритмов машинного обучения и создает модель поведения клиентов и выявления аномалий в их поведении. Это позволяет выявлять мошеннические схемы, которые не могут быть обнаружены с помощью традиционных методов анализа данных. Таким образом, использование искусственного интеллекта в финансовом менеджменте может помочь компаниям принимать более информированные решения, уменьшать риски





и увеличивать прибыльность [7]. Несмотря на то, что искусственный интеллект может быть дорогим в разработке и реализации, его растущее значение в принятии управленческих решений изменило некоторые сферы бизнеса: он уже широко используется для прогнозирования трендов, автоматизации бизнес-процессов, выявления рисков, анализа финансовых данных и улучшения финансовой стратегии, однако его использование сопряжено с рисками и возможной уязвимостью системы. В дальнейшем компании, которые не используют искусственный интеллект будут проигрывать компаниям, которые его уже внедрили в свои процессы, так как с его помощью компании смогут перейти к более широкой картине потребностей и стиля жизни клиентов.

Список использованных источников:

1. Gartner, Top 10 strategic technology trends 2023, URL: <https://www.gartner.com/en/articles/gartner-top-10-strategic-technology-trends-for-2023> (дата обращения 12.05.2023)

2. World economic forum, Future of Jobs Report 2023, URL: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023/> (дата обращения 12.05.2023)

3. Блог компании Сбер, “Как мы научились управлять данными глобального масштаба: кейс разработки Супермаркета Данных”, URL: <https://habr.com/ru/companies/sberbank/articles/588144/> (дата обращения 12.05.2023)

4. Журнал Академия Яндекса Как устроены рекомендации в Яндекс.Музыке, URL: <https://academy.yandex.ru/journal/kholodnye-polzovateli-i-mnogorukie-bandity> (дата обращения 12.05.2023)

5. ITInvest, URL: <https://itinvest.ru/> (дата обращения 12.05.2023)

6. Блог компании Angara Technologies Group, интервью с Алексеем Голенищевым директором дирекции мониторинга электронного бизнеса Альфа-банка, URL: <https://www.securitylab.ru/blog/company/AngaraTech/341400.php> (дата обращения 12.05.2023)

7. Мартакова, С. А. Трансформация экономики и общества в ходе четвертой промышленной революции / С. А. Мартакова, А. В. Генералова // 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", Москва, 27 мая 2020 года. Том Часть 2. – Москва: ФГБОУ ВО "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2020. – С. 146-150.

© Усова А.А., 2023





УДК 657.6

ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДИКА ВНУТРЕННЕГО АУДИТА ЗАТРАТ НА СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫЕ РАБОТЫ

Ухнина Ю.Г.

*Частное образовательное учреждение высшего образования
«Московский университет имени С.Ю. Витте», Москва*

Современный рынок строительства характеризуется высокой конкуренцией, усилением государственного контроля и повышением ответственности строительных организаций за своевременное и качественное выполнение работ. В этом контексте внутренний аудит затрат на строительные-монтажные работы становится ключевым инструментом оптимизации процессов, повышения экономической эффективности и снижения рисков.

Внутренний аудит затрат на строительные-монтажные работы основывается на нескольких ключевых принципах, которые являются фундаментом для обеспечения качественного и достоверного аудита:

Объективность. Аудиторы должны подходить к анализу затрат без предубеждений, с учетом всех фактов и доказательств. Объективность требует от аудиторов критического мышления и способности оценивать информацию с разных точек зрения, не позволяя субъективным мнениям влиять на процесс аудита и выводы.

Системность. Аудит затрат на строительные-монтажные работы должен проводиться в рамках системного подхода, учитывая взаимосвязи между различными элементами процесса строительства и затратами. Системный подход предполагает анализ затрат на всех этапах строительного процесса, а также учет взаимодействия с другими функциями управления, такими как планирование, контроль и мониторинг.

Непрерывность. Аудит затрат должен проводиться на регулярной основе, что позволяет выявлять и решать проблемы в режиме реального времени, а также контролировать эффективность предпринятых мероприятий. Непрерывность аудита обеспечивает своевременное выявление отклонений и предотвращение возможных потерь или рисков.

Компетентность. Аудиторы должны обладать необходимыми знаниями и опытом в области строительства и аудита затрат, чтобы грамотно проводить анализ и оценку затрат на строительные-монтажные работы. Компетентность аудиторов гарантирует качество аудита и его результаты.

Независимость. Внутренний аудит затрат на строительные-монтажные работы должен проводиться независимыми аудиторами, не имеющими





прямого интереса в результатах аудита или прямого участия в управлении затратами. Независимость аудиторов обеспечивает беспристрастность оценки и надежность выводов [1].

Соблюдение этих принципов позволяет обеспечить качественный и достоверный аудит затрат на строительно-монтажные работы. Благодаря этому аудиторы могут выявлять проблемы, связанные с управлением затратами, и предлагать рекомендации по их улучшению.

Теоретические основы внутреннего аудита затрат на строительно-монтажные работы также включают в себя понимание стандартов и методологий аудита, применимых к данной области. К таким стандартам относятся международные стандарты аудита (ISA), стандарты аудиторской деятельности в строительной отрасли, а также отраслевые и национальные нормативы и правила. Кроме того, теоретические основы аудита затрат на строительно-монтажные работы должны учитывать особенности отрасли, такие как основные стадии строительного процесса, виды строительных работ, виды затрат, структура и принципы формирования сметы, а также факторы, влияющие на затраты и их контроль.

Важным аспектом теоретических основ является разработка методических подходов к аудиту затрат на строительно-монтажные работы, которые могут включать методы анализа и оценки затрат, методы выявления отклонений и проблем, методы оценки рисков, связанных с затратами, а также методы контроля и мониторинга реализации аудиторских рекомендаций. Разработка и применение таких методических подходов позволяет повысить эффективность аудита и его результатов.

Аудит затрат на строительно-монтажные работы отличается от аудита затрат в других отраслях своей спецификой. Особенности строительной отрасли, такие как сложность и динамичность процессов, наличие большого количества участников и субподрядчиков, а также разнообразие применяемых материалов и технологий, делают аудит затрат на строительно-монтажные работы сложным и требующим особого подхода [2].

На основе анализа теоретических основ и принципов внутреннего аудита, а также специфики аудита затрат на строительно-монтажные работы, была разработана методика аудита, которая учитывает следующие аспекты.

1. Планирование аудита: определение целей, задач и сроков проведения аудита, выбор объектов аудита и формирование аудиторской группы.
2. Проведение аудита: сбор и анализ информации о затратах на строительно-монтажные работы, проверка соответствия затрат





нормативно-правовым требованиям, контрактным обязательствам и внутренним стандартам компании, выявление отклонений и проблем.

3. Оценка рисков: анализ рисков, связанных с затратами на строительные-монтажные работы, определение вероятности их возникновения и возможных последствий.

4. Разработка рекомендаций: формирование предложений по оптимизации затрат, снижению рисков и улучшению управления затратами на основе результатов аудита.

5. Мониторинг и контроль: отслеживание выполнения рекомендаций и оценка эффективности аудита [3].

В заключение, в данной статье рассмотрены теоретические основы и принципы внутреннего аудита затрат на строительные-монтажные работы, а также предложены методические подходы к проведению аудита с учетом специфики отрасли и современных вызовов. Обсуждены ключевые принципы, такие как объективность, системность, непрерывность, компетентность и независимость аудиторов, которые являются основой для обеспечения качественного и достоверного аудита.

Теоретические основы аудита затрат на строительные-монтажные работы учитывают отраслевые особенности и нормативно-правовую базу, что позволяет адекватно анализировать и оценивать затраты в рамках конкретного строительного проекта. Применение разработанных методических подходов к аудиту затрат способствует выявлению проблем, связанных с управлением затратами, а также формированию рекомендаций по их оптимизации и снижению рисков.

Внедрение результатов исследования в практику внутреннего аудита строительных компаний и аудиторских фирм может способствовать повышению эффективности управления затратами на строительные-монтажные работы, снижению рисков, связанных с затратами, и улучшению контроля над затратами. В дальнейшем, исследование может быть дополнено и расширено путем анализа практического применения разработанных методических подходов и оценки их эффективности в различных условиях и ситуациях.

Список использованных источников:

1. Бурко Ю. В. Внутренний аудит использования бюджетных средств на строительные-монтажные работы / Ю. В. Бурко, О. С. Макоев // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2018. – № 4(27). – С. 20-26. – DOI 10.21777/2587-554X-2018-4-20-26.

2. Горелова Ю. А. Формирование системы управленческого учета и аудита в строительной сфере: специальность 08.00.12 "Бухгалтерский учет, статистика": автореферат диссертации на соискание ученой степени





кандидата экономических наук / Горелова Юлия Александровна. – Орел, 2011. – 24 с.

3. Нуркашева, Н. С. Методологические основы формирования себестоимости строительно-монтажных работ и их внутренний аудит / Н. С. Нуркашева // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. – 2016. – № 5(7). – С. 105-108.

© Ухнина Ю.Г., 2023

УДК 336

КОНТРОЛЬ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСЛУГ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Федонина М.А., Зотикова О.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Контроль эффективности процесса финансового обеспечения учреждений относится к каждой сфере предоставления государственных услуг, включая и здравоохранение. Контролирование на каждом этапе этого процесса, начиная с планирования и заканчивая итоговым контролем, представляет контроль финансирования государственных услуг. Контроль состоит в проверке финансирования государственных услуг и распределения бюджетных средств, что должно осуществляться точно в соответствии с показателями деятельности учреждений по оказанию государственных услуг. Использование инструмента контроля актуально, так как способствует повышению оперативности и эффективности финансового обеспечения услуг здравоохранения.

Основными составляющими для контрольных мероприятий в сфере медицинских услуг являются количественные и качественные показатели деятельности конкретного учреждения. Перечень количественных и качественных показателей следует формировать при установлении целей на этапе стратегического планирования деятельности учреждения и на основе требований внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности [1]. Целесообразно определять значения показателей и ожидаемые социально-экономические результаты при разработке и утверждении бюджета, используемого для финансового обеспечения услуг здравоохранения. Важно периодически контролировать промежуточные результаты исполнения бюджета. Кроме того, осуществлять контроль формирования отчетности в процессе подведения итогов, анализа результатов, составления и предоставления отчетности.





Можно отметить, что процесс оценки результативности и заполнения количественных показателей работы является наиболее простым, чего нельзя сказать об оценке качественных показателей, так как для проведения таких оценок требуется применение комплексных методов, в частности, по контролю результативности, осуществляемому на всех стадиях оказания государственных услуг. Контроль финансового обеспечения услуг здравоохранения можно осуществлять последовательно по составляющим, встроенным в систему бюджетного управления результатами. Каждую из составляющих этой системы характеризуют индикаторы, которые позволяют определить ожидаемые и получаемые результаты, а также оценивать финансовое обеспечение услуг. Применение системы бюджетного управления результатами предоставляет возможность проконтролировать: правильность планирования на текущий и длительный период; рациональность распределения средств из бюджета; ответственность за результат деятельности руководителя; обоснованность управленческих решений; эффективность деятельности учреждений.

Исполнение финансового обеспечения государственных услуг в сфере здравоохранения только в количественном выражении невозможно, поэтому выбираются и применяются целевые показатели, характеризующие эффективность деятельности учреждений. Так, в перечень целевых показателей деятельности учреждений санаторно-курортного профиля ФМБА России учреждений санаторно-курортного профиля Федерального медико-биологического агентства (ФМБА) России (санаторно-курортные учреждения, научно-исследовательские институты – центры курортологии), в частности, включены следующие показатели качества медицинской помощи [2]:

отсутствие обоснованных жалоб физических и юридических лиц в ФМБА России и другие инстанции на качество оказания медицинской помощи (квартальный показатель);

уровень укомплектованности медицинским персоналом (годовой показатель);

соотношение штатных и развернутых коек, в % (годовой показатель);

число пролеченных пациентов в учреждении, том числе бюджет и внебюджет (годовой показатель);

внутрибольничная заболеваемость сезонными инфекциями (квартальный показатель);

унифицированная оценка качества обслуживания пациентов: а) уровень выполнения диагностических и функциональных исследований (частота, % охвата); б) уровень выполнения лечебных манипуляций (частота, процент охвата); в) уровень использования природных факторов: климатолечение, бальнеолечение, грязелечение и т.д.) (частота, процент





охвата); г) уровень качества выполнения диет, соответствие энергетической ценности блюд, качества бактериологического исследования блюд и оборудования (квартальный показатель);

виды и объемы мед. помощи (квартальный показатель): а) количество уточненных диагнозов; б) количество впервые выявленных заболеваний; в) уровень санаций из числа обследованных; г) уровень госпитализаций из общего числа пациентов; д) уровень травматизма; е) уровень сопутствующих заболеваний; ж) летальность;

уровень выполнения стандартов, медико-экономических стандартов, протоколов ведения больных, утвержденных в установленном порядке, по результатам плановых и внеплановых проверок (квартальный показатель);

количество пациентов, пролеченных повторно по внебюджетной деятельности (квартальный показатель).

Для учредительского контроля при плановых и внеплановых проверках рекомендуется применить методику контроля эффективности финансового обеспечения государственных услуг в сфере здравоохранения.

Реализация методики формируется в несколько этапов.

1 этап – определение системы индикаторов, главной особенностью которых является сопоставимость следующих групп индикаторов:

задачи, которые равны ожидаемым количественным результатам (например, количество госпитализаций в день равно 3161 чел.);

цели, характеризующих ожидаемые качественные показатели (например, уровень сопутствующих заболеваний, 15%).

2 этап – определение характера эффекта индикатора, который отражает зависимость изменения ряда показателей.

Динамика изменений индикаторов в течение лет может отражать зависимость уровня эффективности финансового обеспечения услуг, таким образом, увеличивая или уменьшая значения индикаторов задач и целей, можно достичь идеальной сбалансированности.

3 этап – расчет относительного отклонения индикатора по формуле:
$$In = \left(\frac{In_f - In_p}{In_p} \right) * 100\% , (1),$$
 где, In – значение индикатора; In_f – базовый показатель индикатора; In_p – отчетный показатель индикатора.

Формула 1 может быть представлена с видоизмененным числителем ($In_p - In_f$), в зависимости от положительного или отрицательного характера эффекта индикатора, который определяется на втором этапе применения методики. Таким образом, на предыдущем этапе определяется направление изменений, а на данном – его точное значение.





4 этап – присвоение бальной оценки полученным значениям. Балльная оценка индикатора формируется в диапазоне от -100 до +100, шаг изменения – 0,1.

5 этап – присвоение индикатору удельного весового значения, при котором, в зависимости от значимости показателей, балл 1,0 делится между применяемыми индикаторами.

6 этап – расчет итогового значения индекса результата (*result index – RI*) по формуле: $RI = \sum_{|+|}^N S_I + W_I$ (2), где, S_I – балльная оценка индикатора; W_I – удельный вес индикатора; N – количество индикаторов.

Итоговый показатель индикатора отражает степень достижения целей и поставленных задач [3]. Оценка качества оказываемых услуг напрямую влияет на определение результатов контроля финансового обеспечения государственных услуг.

Таким образом, проведение контрольно-оценочной работы позволяет подвести итоги того, насколько эффективно и обоснованно учреждения здравоохранения получают заданный объем финансирования. На основе итогового индикатора определяется достаточность распределенных средств и принимаются управленческие решения, позволяющие достичь максимальной результативности. Важно на практике применять методику контроля эффективности финансового обеспечения государственных услуг в сфере здравоохранения. Весовая категория эффективности достижения индикатора подразделяется на основные группы по проценту получения конкретной услуги. Группа наилучших результатов находится в интервале «70%-100%», средних – «50%-70%» и наихудших – менее 50%.

Качественные показатели государственного задания по критерию оказания услуги устанавливаются в зависимости от профиля медицинского учреждения. Например, это увеличение в течение рассмотренного периода числа посетителей, которым оказана услуга «Первичная медико-санитарная помощь, в части диагностики и лечения», что означает положительный характер эффекта индикатора.

В отношении сферы здравоохранения, как важного социально-экономического института общества, для контроля эффективности распределения бюджетных средств, используют показатель формулы: $SEE = \sum_{|+|}^N \frac{R_{BS}}{C_{BS}}$ (3), где, SEE – общественно-экономическая эффективность, натур. ед./руб.; R_{BS} – результаты бюджетной услуги. натур. ед.; C_{BS} – затраты на достижение общественно значимых результатов бюджетной услуги, руб.

Значение этого показателя отражает рациональность распределения денежных средств среди медицинских учреждений особенно при





применении программно-целевого бюджетирования сферы здравоохранения, что способствует выполнению программ социально-экономического развития страны.

Контроль финансового обеспечения государственных услуг в сфере здравоохранения позволяет соблюдать требования достижения эффективности распределения бюджетных средств. При предоставлении государственных услуг применяют современные технологии [4].

Анализ показателей финансовых результатов деятельности учреждения является основой для подготовки выводов по итогам внутреннего и внешнего контроля финансового обеспечения предоставления медицинских услуг населению. Анализ позволяет определить уровень обеспеченности учреждений бюджетными средствами и определить исполнение планов финансово-хозяйственной деятельности учреждения [5].

Осуществление мониторинга процесса предоставления денежных ресурсов для финансового обеспечения государственных услуг позволяет на основе использования достижений в области цифровизации экономики выявлять и предотвращать возможные ошибки либо принимать рациональные решения по их исправлению при достижении конечных результатов.

Таким образом, контроль финансового обеспечения государственных услуг в сфере здравоохранения позволит достигать максимальных результатов деятельности учреждений при повышении качества медицинского обслуживания населения и точности прогнозирования оптимальных объемов бюджетных затрат. Это положительный эффект от проведения контроля, поскольку сфера здравоохранения участвует в выполнении задач социально-экономического развития государства.

Список использованных источников:

1. Внутренний контроль качества и безопасности медицинской деятельности./ Разработаны ФГБУ «ЦМИКЭЭ» Росздравнадзора. Опубликовано в «Вестник Росздравнадзора». Выпуск № 4 / 2017.

2. Приказ ФМБА РФ от 28.05.2010 N 315 (ред. от 11.08.2014) "Об утверждении перечня целевых показателей деятельности федеральных бюджетных учреждений, находящихся в ведении ФМБА России". Режим доступа: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?from=489178-0&req=doc&rnd=HuPGg&base=EXP&n=601728#SqDfbdTCYBXN8gvm> (дата обращения 29.04.2023).

3. Кайль Я.Я. Развитие сферы предоставления государственных и муниципальных услуг в системе эффективного управления субъектом РФ: монография / Кайль Я.Я. – Волгоград: Издательство ВолГУ, 2011. – 556 с.





4. Трегубова В.М., Куржунова Л.В., Рязанова Е.Л., Кхвашки М. Современные технологии в предоставлении государственных услуг // Социально-экономические явления и процессы. 2016. Т. 11. № 2. С. 47–59.

5. Сметанко, А.В., Геращенко Р.Ф. Государственный контроль и анализ финансовых результатов деятельности бюджетных учреждений здравоохранения // Вектор экономики. 2020. - № 1 (43). - С. 10.

© Федонина М.А., Зотикова О.Н., 2023

УДК 339.138

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТАХ

Филенко Ц.С.

Научный руководитель Дергилева Е.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Социальные проекты активно разрабатываются и внедряются в области маркетинговых коммуникаций на разных этапах развития общества. Разработкой социальных проектов занимаются не только благотворительные организации и фонды, НКО и организации, ориентированные на социальную деятельность. В последние годы социально значимые темы отражаются в деятельности коммерческих брендов. Социальная проблематика является разносторонней, затрагивает широкий спектр тем: взаимоотношения в семье, помощь пожилым людям, социализация подростков, борьба с вирусами, экологические вопросы, борьба с коррупцией, защита бездомных животных и др.

В рамках настоящего исследования были проанализированы современные социальные проекты на тему защиты бездомных животных за последние годы (за период с 2017 по 2023 годы). В выборочную совокупность были включены проекты, имеющие резонансное значение, активно освещаемые в СМИ. Цель исследования: выявить тенденции и основные форматы социальных проектов.

На основе полученных результатов исследования выделим несколько актуальных форматов и основные тенденции в области разработки социальных проектов на тему защиты бездомных животных.

До 2017-2018 годов в России наблюдалась тенденция воздействия социальной рекламы и социальных проектов на аудиторию через вызов негативных и деструктивных эмоций и чувств, таких как жалость, злость, агрессия, чувство вины. Так как представители потенциальной целевой аудитории социальных проектов имеют развитое образное мышление,





именно образы могут увлечь ее, вызвать необходимые эмоции, а также мотивировать к действию [1]. Поэтому в социальных проектах на тему защиты бездомных животных до 2017 года отображались образы грустных, искалеченных, больных, грязных, лишившихся крова собак и кошек. Такие образы вызывали у неравнодушной аудитории определенный спектр негативно окрашенных эмоций: кто-то искренне сочувствовал и переживал, кто-то испытывал чувство жалости, обиды, страха, злости, раздражения.

Однако, негативно окрашенные образы утратили свою актуальность по нескольким причинам. Во-первых, способ подачи информации через вызов отрицательных эмоций воздействовал лишь на ту аудиторию, которая была вовлечена в данную проблему и была способна помочь (взять питомца из приюта, стать волонтером, обеспечить финансовую защиту подопечным животным). У части аудитории, не заинтересованной в обозначенной проблеме, а также не имеющей возможности помочь бездомным животным, социальная реклама и социальные проекты, апеллирующие к негативно окрашенным образам животных, вызывали чувство агрессии, в связи с чем негативные эмоции, вызванные наблюдением жалостливого образа питомца, люди вынуждены были транслировать в свою жизнь.

Во-вторых, поскольку развитие социальной рекламы начало стремительно расти, социальных проектов становилось больше, соответственно, образов, вызывающих отрицательные эмоции, стало настолько много, что аудитория начала испытывать агрессию в связи с переизбытком негативных эмоций, вызываемых деструктивными образами животных в социальной рекламе даже у заинтересованной части аудитории. Слишком большое количество негатива, транслирующегося через социальную рекламу и проекты, не предлагало пути решения социальной проблемы, а делало аудиторию «виновной» в том, что животные находятся на улицах или погибают в приютах.

Такой негативный образ со временем стал дополнительной проблемой, которую необходимо было решить с помощью той же социальной рекламы. Большое количество рекламных плакатов, видеороликов, постов в социальных сетях с изображением худых, искалеченных, больных собак и кошек, вызывало у аудитории неверное представление о бездомных и приютских животных. Со временем негативно окрашенный образ бездомных животных запечатлелся в памяти широких слоев аудитории и даже заинтересованные в оказании помощи бездомным животным люди (например, люди, желающие взять питомца из приюта) были напуганы и представляли всех бездомных животных больными, опасными, агрессивными, не адаптированными для жизни в





домашних условиях, нуждающимися в дорогостоящем лечении и адаптации к жизни с человеком.

В связи с этим, образы и смыслы социальной рекламы и социальных проектов на тему защиты бездомных животных в последние семь лет начали кардинально меняться. На первый план стали выходить образы бездомных животных, вызывающие приятные эмоции у аудитории. Образ грустного и больного животного из приюта был заменен позитивным образом – в рекламе изображалась собака или кошка чистая, ухоженная, здоровая, со своими особенностями контактирования с человеком.

Цветовая гамма, присутствующая в более ранних социальных проектах (до 2017 года), вызывала те же негативные эмоции: преобладали темные оттенки серого, коричневого, красного цветов. В современных проектах также преднамеренно сделан уход от депрессивной цветовой палитры к сочным, ярким, иногда пастельным чистым цветам, поскольку цветовое решение воздействует на сознание аудитории также, как и ключевой образ.

Согласно О.А. Феофанову, «цвет в рекламе используется для создания необходимых ассоциаций. Цвет воздействует на нервную систему человека, а затем – на его чувства. Ассоциации, касающиеся цветов, сначала возникают у человека на подсознательном уровне, но с их повторением, человек начинает осознавать их, в связи с чем цвет вскоре воспринимается уже символически» [2, с. 107].

Вместо агрессивных слоганов и рекламных текстов, взывающих к общей проблеме – проблеме бездомных животных, начали появляться креативные, более целенаправленные тексты, отражающие характер питомцев, призывающие не просто задуматься о проблеме, а отражающие пути решения данной проблемы с прямым призывом к действию (собрать необходимую сумму на лечение питомца, погулять с подопечными животными приюта, взять на попечительство конкретное животное, подарить дом собаке или кошке).

Персонализированное отражение конкретных животных в социальной рекламе и социальных проектах вместо стандартного освещения проблемы привело к положительным результатам. Плакат с фотоизображением реального животного из конкретного приюта знакомит аудиторию с животным, с помощью позитивного образа и конструктивного рекламного текста рассказывает об особенностях животного, с помощью цветовой гаммы, верстки макета, дизайнерского оформления вызывает позитивные эмоции и фиксирует внимание аудитории.

Форматы, используемые в социальной рекламе, не отличаются от форматов коммерческой рекламы, однако, многие форматы не





используются в связи со сложностью производства. Наиболее популярными являются форматы наружной статичной рекламы (щиты 6x3 метра, располагающиеся на дорогах; сити-форматы вертикального типа, располагающиеся на остановках общественного транспорта; наклейки различных размеров, размещаемые в метро, на витринах, на мероприятиях и т.д.); формат видеороликов (имиджевая реклама, рассказывающая о жизни фонда/приюта, сотрудниках, подопечных питомцах, мероприятиях и других активностях обычно транслируется в социальных сетях и на сайте организации); социальные спецпроекты (выставки бездомных животных, коллаборации с другими брендами, оформление транспорта и т.д.).

Важно отметить, что наружные форматы таких проектов обычно являются имиджевыми, спецпроектными или продвигающими определенное мероприятие, устраиваемое фондом (например, выставка бездомных животных). В связи с этим у аудитории не формируется представление о том, какие животные есть в приюте, какие животные будут на мероприятии – для этого аудитории необходимо самостоятельно ознакомиться с сайтом организации или посетить рекламируемое мероприятие. Данный факт отрицательно воздействует на аудиторию, так как аудитории важно видеть конкретных животных – именно благодаря прямому визуальному контакту и предварительному «знакомству» с определенным животным через фотографию и небольшую характеристику, проект «Двери не закрываются» Московского транспорта стал наиболее успешным в данном сегменте [3]. В рамках данного проекта было представлено большое количество приютских животных в одном пространстве – вагоне метрополитена. Посетители транспорта могли напрямую ознакомиться с бездомными собаками и кошками, пройти по всему вагону в поисках того самого животного, которое им понравится, и, перейдя по QR-коду, связаться с приютом для уточнения дальнейших деталей о финансовой помощи или о возможности взять животное из приюта. Из этого следует, что прямой визуальный контакт с фотографиями реальных животных из приютов является важным рычагом воздействия на представителей целевой аудитории.

В социальной рекламе обычно не используются наиболее дорогостоящие форматы медианосителей, такие как веб-баннеры и диджитал-наружные форматы. 2D-анимация быстро фиксирует произвольное внимание потенциальной аудитории, в то время как статичные форматы могут оставаться незамеченными в условиях информационного шума городской среды. Поэтому коммуникационные кампании, ориентированные на широкие целевые группы, должны быть построены на основе использования разных форматов: например, веб-





баннеры с flash-анимацией, диджитальные (анимированные) аудитор-форматы.

Сделаем вывод о том, что основными тенденциями в социальных проектах по теме защиты бездомных животных являются: использование положительно окрашенных образов животных; использование конструктивных слоганов и рекламных текстов, предлагающих конкретное решение, мотивирующих на совершение определенного целевого действия; персонализированное отображение конкретных животных из приютов; использование ярких или пастельных цветов в рекламных изображениях; использование разнообразных форматов размещения социальной рекламы и социальных проектов.

Список использованных источников:

1. Тимохович А.Н., Булычева О.С. Технологии персонализации маркетинговых коммуникаций брендов при помощи искусственного интеллекта // Цифровая социология. – 2020. - Том 3. - №4. - С. 19-24.

2. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2004. – 376 с.

3. Филенко Ц.С. Фотографические техники в рекламных визуалах // ДИСК – 2021: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. Часть 3. - М.: РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2021. - С. 155-159.

© Филенко Ц.С., 2023

УДК 336.025; 336.225

ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Фролова А.А., Сенков В.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Налоговое планирование, представляющее собой одну из важнейших составных частей финансового планирования предприятия, обусловлено стремлением хозяйствующих субъектов сократить свои расходы и reinvestировать полученные доходы в развитие производства.

Налоговое планирование – это процесс, основанный на прогнозируемых параметрах для определения наиболее эффективных направлений движения и оптимизации объема, состава и структуры входящих и исходящих налоговых потоков на предстоящий год или





перспективу хозяйствующим субъектом. При этом планирование осуществляется в целях минимизации налоговых потерь по конкретному налогу или по совокупности налогов, повышения объема оборотных средств, увеличения реальных возможностей для дальнейшего развития организации, повышения уровня эффективности ее работы [1].

Основной целью налогового планирования является снижение налоговой нагрузки за счет:

применения налоговых льгот, предусмотренных Налоговым кодексом РФ и другими нормативными документами;

контроля своевременности уплаты налогов и сборов в бюджет;

корректировки учетной политики организации с целью использования пробелов в налоговом законодательстве в свою пользу [2].

Большое значение имеют сроки, в которые должно осуществляться налоговое планирование – не после осуществления какой-либо хозяйственной операции или по прошествии налогового периода, а до него, т. е. заблаговременно. Как минимум налоговое планирование должно начинаться на стадии подготовки к заключению любого договора, поскольку уже тогда компания или предприниматель должны учитывать, какие налоги и в каком объеме придется заплатить впоследствии [1].

Одной из задач, решаемой при помощи налогового планирования, является выбор оптимальной формы налогообложения и снижения налоговой нагрузки на бизнес. Налоговая нагрузка – величина, которая показывает уровень налогового бремени налогоплательщика. Существует много способов расчета налоговой нагрузки. Как правило, налоговая нагрузка выражается относительной величиной, в числителе которой сумма начисленных налогов за налоговый период, а в знаменателе какая-либо экономическая база (доходы (выручка), прибыль, чистые активы и т.д.) [2].

При этом способы и методы налогового планирования не должны выходить за рамки действующего законодательства, хотя и могут нести определенные налоговые риски. Если налоговое планирование выходит за рамки законных способов, то планирование уже становится уклонением от уплаты налогов.

В свою очередь оптимизация налогообложения как инструмент налогового планирования представляет собой организационные мероприятия в рамках действующего законодательства, связанные с выбором времени, места и видов деятельности, созданием и сопровождением наиболее эффективных схем и договорных взаимоотношений. В основе оптимизации налогообложения лежит правило британского экономиста Рамсея Ф.П., считающего оптимальной такую структуру налогообложения, когда компенсированный спрос на каждый из





товаров уменьшается в одинаковой пропорции по сравнению с ситуацией до налогового равновесия. Правило требует, чтобы избыточное налоговое бремя более равномерно распределилось при обложении разных товаров, причем товар с меньшей эластичностью должен облагаться более высоким налогом [3].

Существуют следующие виды налоговой оптимизации:

оптимизация по видам налогов (налог на добавленную стоимость, на прибыль, на имущество, на доходы физлиц, единые социальные выплаты и др.);

оптимизация налогообложения у организаций в зависимости от их принадлежности к той или иной сфере финансово-хозяйственной деятельности (банковские организации, страховые агентства, торговые объекты и т.д.);

оптимизация налогообложения по категориям налогоплательщиков (организации, индивидуальные предприниматели, крупные, средние и малые предприятия) [2].

Оптимизация налогообложения – процесс, который рекомендуется проводить как при создании бизнеса, так и на любом из этапов функционирования предприятия. Целью налоговой оптимизации является снижение налоговой нагрузки, сведение к минимуму штрафных санкций со стороны налоговых органов, снижение налоговых рисков и отсрочку налоговых платежей. Таким образом, осуществляемая законными методами, оптимизация налогообложения и прогнозирование возможных рисков дают устойчивое положение организации на рынке, так как позволяют избежать крупных убытков в процессе хозяйственной деятельности [1].

Налоговая схема – это основная идея конкретного метода оптимизации налогов. Схемы условно делятся на «белые», «серые» и «черные». Последние, в свою очередь, это те схемы, которые явно противоречат закону, например, перевод штатных сотрудников в статус самозанятых, экономия через аутстаффинг (способ организации работы с разными сотрудниками, при котором агентство-аутстаффер оформляет специалистов к себе в штат, которые де-юре числятся у него, де-факто работают на заказчика – работодателя), дробление бизнеса путем создания организаций и ИП на специальных режимах налогообложения с целью налоговой экономии, обналичивание средств организации посредством фиктивных сделок. Под «серыми» схемами обычно понимаются те методы и способы оптимизации, которые формально соответствуют закону, но имеют одну цель – минимизация налогов.

К «белым» (законным) способам налоговой оптимизации традиционно относят:





подбор самого оптимального с налоговой точки зрения территории нахождения непосредственной организации, а также ее управляющих отделов, подразделений, филиалов, дочерних точек и т.д. При этом уделяется внимание не только режиму налогообложения, установленному региональным законодательством, но и возможности перераспределения дохода из одного государства в другое без налоговых отчислений, а также условиям налоговых правил;

подбор наиболее подходящей для определенных целей организации организационно-правовой формы или вида деятельности без создания юридического лица;

разработка и утверждение учетной и договорной политики, составленной с учетом особенностей осуществляемой организации предпринимательской деятельности;

изучение и максимально грамотное применение всех установленных налоговым законодательством льгот и освобождений по каждому виду налога при реализации актуальной деятельности предпринимательства;

изучение всех возможных видов сделок, проводимых в предпринимательской деятельности с точки зрения сокращения налоговых выплат;

решение задач о грамотном распределении доходов и активов предприятия для получения прибыли от вложений [2].

Однако, необходимо отметить, что оценка эффективности применяемой налоговой схемы только с точки зрения снижения налогового бремени, без учета налогово-правовых рисков, могут привести к серьезным последствиям для руководителей и собственников бизнеса, поскольку сумма доначислений и санкций после результатов налоговой проверки могут быть намного больше суммы экономии, достигнутой при использовании схемы [3].

Эффективность налоговой схемы зависит не столько от экономии на уплате налогов и взносов, рассчитанной на основе налоговой нагрузки, сколько от проработанной доказательной базы для обоснования применяемой схемы. В основу доказательной базы положено такое понятие как получение налогоплательщиком налоговой выгоды. Налоговая выгода может быть, как обоснованной, так и не обоснованной. В данном случае необходимо учитывать, что любая гражданско-правовая сделка (обстоятельство), влияющая на налогообложение налогоплательщика (особенно в сторону уменьшения), может быть поставлена под сомнение проверяющими и оспорена как направленная на получение необоснованной налоговой выгоды. Занимаясь налоговым планированием и налоговой оптимизацией, нужно учитывать не только формальное соответствие закону осуществляемой сделки, но и ряд обстоятельств,





связанных с проводимыми операциями и сделками с целью минимизации налогово-правовых рисков [3].

Список использованных источников:

1. Брызгалин А.В. Налоговая оптимизация: принципы, методы, рекомендации, арбитражная практика / А.В. Брызгалин, В.Р. Берник, А.Н. Головкин. – Екатеринбург: Налоги и финансовое право, 2019. – 177 с.

2. Звозникова А.С. Налоговая нагрузка предприятия и методы её оптимизации / А.С. Звозникова, Л.А. Наконечникова // Поиск. – 2019. – №1 (1). – С. 51-53

3. Трегубова В.М. Проблемные вопросы формирования учетной политики малыми предприятиями / В.М. Трегубова // Социально-экономические явления и процессы. 2017. Т. 12. № 3. С. 160-165.

© Фролова А.А., Сенков В.А., 2023

УДК 332.62

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ КАДАСТРОВОЙ ОЦЕНКИ
НЕДВИЖИМОСТИ В РОССИИ**

Халецкая К.Н.

Научный руководитель Тарута С.В.

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

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью совершенствования процесса государственной кадастровой оценки в России для более эффективного и справедливого налогообложения. Целью исследования являлось выделение проблем в системе государственной кадастровой оценки недвижимости и выведение рекомендаций по их устранению. Для достижения цели были выполнены следующие задачи: изучить процесс кадастровой оценки в России, его особенности и последние изменения, выявить недостатки системы кадастровой оценки и описать пути их решения.

Оценка недвижимости применяется для определения её стоимости. Существует несколько видов стоимости объекта недвижимости, в том числе и кадастровая стоимость. Она применяется при расчете земельного налога и налога на имущество, арендной платы, выкупной стоимости объекта недвижимости в случае его выкупа из государственной или муниципальной собственности и для иных предусмотренных законодательством целей.





Кадастровая стоимость – полученный на определенную дату результат оценки объекта недвижимости, определяемый на основе ценообразующих факторов. Она определяется в соответствии с методическими указаниями и требованиями, установленными Федеральным законом № 237-ФЗ «О государственной кадастровой оценке» [1].

Кадастровая стоимость определяется на основе рыночной и иной информации, которая связана с экономическими характеристиками использования объекта недвижимости. К примеру, при ее расчете учитывается город и район, в котором расположена недвижимость, ее нахождение в границах зон с особыми условиями использования территории, а также ее состояние и площадь.

Кадастровую стоимость объектов недвижимости определяет специально созданное областное государственное бюджетное учреждение. В городе Омске таким является Бюджетное учреждение Омской области «Омский центр кадастровой оценки и технической документации». Итоговую кадастровую стоимость утверждают органы исполнительной власти каждого региона.

Субъектами кадастровой оценки недвижимости являются все участвующие в оценке органы, лица и организации. К ним относятся государство, государственные органы, регулирующие процесс кадастровой оценки, государственное бюджетное учреждение, осуществляющее кадастровую оценку, Росреестр, а также организации, которые предоставляют данные о ценах на рынке недвижимости (такими могут являться оценочные компании, агентства недвижимости и другие).

Объектами государственной кадастровой оценки согласно статье 11 Федерального закона «О государственной кадастровой оценке» являются следующие объекты недвижимости:

все учтенные в Едином государственном реестре недвижимости на территории субъекта Российской Федерации здания, помещения, сооружения, объекты незавершенного строительства, машино-места;

все учтенные в Едином государственном реестре недвижимости на территории субъекта Российской Федерации земельные участки.

Важно отметить, что единые недвижимые комплексы и предприятия как имущественные комплексы не являются объектами кадастровой оценки. Согласно законодательству, каждый объект, составляющий такой комплекс, будет оцениваться как отдельный объект недвижимости, и кадастровая стоимость комплекса будет равняться сумме кадастровых стоимостей этих объектов.

В процессе исследования были выделены следующие основные недостатки системы государственной кадастровой оценки в России.





Сложность процесса. Отсутствие единой базы данных, которая содержала бы в себе всевозможные данные об объекте недвижимости, вынуждает собирать информацию «по крупицам» практически вручную. Есть различные сервисы Росреестра, такие как публичная кадастровая карта, содержащие в себе достаточно много данных об объекте, но сервисов несколько, и они являются отдельными, информация между ними не синхронизируется. Государственные бюджетные учреждения для сбора полноценных данных и проведения наиболее точной оценки делают запросы в органы и организации (такими могут являться агентства недвижимости, банки, выдающие ипотечные кредиты и др.) с целью получить недостающую информацию.

Недостоверность информации о рынке недвижимости. Так же нет единой системы, где хранились бы данные о всех проданных и купленных объектах недвижимости с указанием стоимости. Всё же эту информацию можно узнать, но скорее всего она не будет точной и не отразит рыночную стоимость объекта и, соответственно, реальную ситуацию на рынке недвижимости. Сделки с недвижимостью часто проходят не по той стоимости, которая указана в договоре купли-продажи или других видах договора. Соответственно, даже получив данные из документов о том, по какой цене куплена недвижимость, мы не можем сказать, что за неё действительно заплатили именно столько и назвать данную информацию объективной.

Трудность полной автоматизации процесса. Из предыдущих двух пунктов следует невозможность полной автоматизации процесса. При наличии единой системы или нескольких связанных сервисов, где хранились бы все данные, при условии их достоверности, может быть организована автоматизированная оценка. Стоимость рассчитывалась бы с минимальным участием оценщиков методом сравнения одинаковых показателей для всех объектов недвижимости одного типа (для земель одни показатели, для зданий и сооружений – другие). Сейчас же на один объект можно иметь совсем не такой набор данных, как на другой объект того же типа, поэтому результаты их сравнения едва ли можно назвать справедливыми.

Отсутствие оценки имущественных и недвижимых комплексов как цельных объектов. В соответствии с действующим законодательством касательно земель и объектов, расположенных на них, достаточно обоснована отдельная оценка земель и объектов недвижимости на них, так как объект недвижимости, находящийся в собственности частного лица, может быть выстроен на земельном участке, используемом на правах аренды. То есть, земля всё-таки может существовать отдельно от объекта на ней в юридическом смысле и в смысле прав на них у человека или





организации. Тем не менее, более справедливая кадастровая стоимость единых недвижимых комплексов и предприятий как имущественных комплексов будет складываться именно при подходе к ним как к единому объекту. Отдельно земля и отдельно здание обычно имеют меньшую суммарную стоимость, чем стоимость совокупности, так как совокупность обладает другими особенными и более интересными свойствами, порожденными сочетанием свойств нескольких отдельных объектов. Такой подход более логично применять при кадастровой оценке объектов, используемых в коммерческих целях. В качестве примера можно рассмотреть загородную базу отдыха. Участок земли, на котором организована база, расположенный далеко за городом, скорее всего не будет иметь особо ценных свойств ни для сельского хозяйства, ни для других производственных нужд, соответственно стоимость его будет невелика. На нём построено несколько зданий и сооружений, которые сами по себе тоже не представляют собой особой ценности: здание столовой, здание бассейна и жилые корпуса. Но если рассматривать эти объекты как составляющие единого целого, то они приобретают гораздо большую ценность. Рыночная цена базы отдыха значительно выше, чем сумма стоимостей земельного участка под ней и нескольких ничем не примечательных для рынка недвижимости зданий.

Российская система кадастровой оценки нуждается в систематизированном сборе и обработке информации о рынке недвижимости, чего можно достичь только посредством создания единой информационной системы, куда будут вноситься все данные об объектах недвижимости и сделках с ними, что позволит автоматизировать процесс кадастровой оценки, ускорить его и сократить трудовые затраты на ее проведение. Также важно выделение категорий единых недвижимых комплексов и предприятий как имущественных комплексов, которые необходимо оценивать как цельный объект, на законодательном уровне. Все это позволит наладить наиболее эффективный процесс оценки недвижимости и сформировать справедливую базу для налогообложения.

Список использованных источников:

1. О государственной кадастровой оценке : Федер. закон от 03.07.2016 № 237-ФЗ : [принят Государственной Думой 22 июня 2016 г. : одобрен Советом Федерации 29 июня 2016 г.] // КонсультантПлюс : справ.-правовая система. – Режим доступа: по подписке.

2. Ширина, Н. В. Мониторинг рынка недвижимости при проведении кадастровой оценки объектов недвижимости / Н. В. Ширина, А. А. Кононов, И. С. Севрюков // Вектор геонаук. – 2021. – Т. 4, № 4. – С. 11–19.

3. Жигулина, Т. Н. Проблемы сбора и обработки рыночной информации в целях государственной кадастровой оценки / Т. Н.





Жигулина, В. А. Мерещкий, А. В. Киржаева // Аграрная наука – сельскому хозяйству : сб. материалов XIV Междунар. науч.-практ. конф. (Барнаул, 7-8 февр. 2019 г.) : В 2 кн. / Алтайский гос. аграрный ун-т. – Барнаул, 2019. – Кн. 1. – С. 325–237.

4. Порядок проведения государственной кадастровой оценки // Росреестр. Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии : офиц. сайт. – URL: <https://rosreestr.gov.ru/activity/kadastrovaya-otsenka/gosudarstvennaya-kadastrovaya-otsenka/> (дата обращения: 20.12.2022).

© Халецкая К.Н., 2023

УДК 658.6

ПОДБОР ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ ТОРГОВОГО ЗАЛА

Халяутдинова А.М.

Научный руководитель Ильина С.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Для успешного функционирования магазина, необходимо создать максимум удобств для покупателей: обеспечить оптимальную ширину проходов, индивидуальную работу продавцов-консультантов с каждым покупателем, организовать оказание дополнительных услуг, устроить зону отдыха для покупателей, автостоянку. Торговый зал должен быть оригинально оформлен, создавая ощущение уюта и комфорта. Это способствует тому, что покупатель будет снова и снова приходить именно в ваш магазин. Одним из этапов проектирования магазина является подбор и расчет потребности в торговом-технологическом оборудовании торгового зала. От того, насколько хорошо магазин оснащен оборудованием, зависит уровень и качество обслуживания посетителей. При выборе оборудования необходимо учитывать формат магазина, способ обслуживания и другие особенности организации.

Для определения целесообразности выбора того или иного вида оборудования используются такие показатели как коэффициенты установочной и демонстрационной площади.

Установочная площадь – сумма площадей оснований оборудования для демонстрации и продажи товаров к общей площади торгового зала. Оптимальное значение данного показателя составляет 30% от общей площади торгового зала [1].





Демонстрационная площадь – сумма площадей всех полок, кассет, панелей и так далее, на которые выкладывается товар. Согласно существующему нормативу, для данного коэффициента площадь должна составлять не менее 60 % от торговой площади магазина [1].

Для магазина одежды с методом индивидуального обслуживания могут понадобиться такие виды оборудования как модульные торговые системы; вешала и круглые стойки; стеллажи; манекены и зеркала; примерочные кабины; прилавок и кассовое оборудование.

Модульные торговые системы применяются для экономии места и оформления торговой площади в едином стиле, которые включают в себя несколько баз (стоек или настенных панелей), опор, кронштейнов, труб, полок, соединительных и декоративных элементов. Такие конструкции удобны в монтаже и при желании могут дополняться или менять форму (что актуально при переезде или расширении ассортимента). Стоимость одного элемента модульной торговой системы – от 1000 рублей.

Вешала и круглые стойки – это стойки из хромированной стали, соединенные металлической трубой. Они бывают разной формы: круговые, спиральные, рожковые, настенные, напольные, настольные и пр.

Выбирать тип и размер стоек для вешалок следует в соответствии с дизайн-проектом магазина и площадью помещения. Их размещают по торговому залу таким образом, чтобы покупатели могли рассмотреть продукцию и свободно перемещаться, не задевая вешалки или друг друга.

Настенные кронштейны для вешалок, помимо торгового зала, размещаются в примерочных. Это сделано для того, чтобы покупатели могли комфортно примерить понравившуюся вещь. Конструкции российских производителей, как правило, отличаются доступными ценами. Итальянские вешала – одни из самых изысканных в мире, однако стоят дороже аналогов. Стоимость вешал, в зависимости от конфигурации, составляет от 800 до 9700 рублей.

Стеллажи позволяют разместить большое количество продукции даже на небольшом пространстве: базовые вещи, рубашки или джинсы можно разложить по моделям и размерам. Различают пристенные и островные стеллажи. Если первый вариант можно установить вдоль стены, то второй мобилен и позволяет сделать выкладку товара в центре торгового зала. Существует несколько видов стеллажей:

Металлические. Они сделаны из нержавеющей стали, легкие, компактные и долговечные. Благодаря этим качествам такие стеллажи пользуются большой популярностью.

Стеклянные. Их обычно используют для выкладки аксессуаров или ювелирных украшений. Оснащенные яркой подсветкой, они представляют украшения в выгодном свете.





Деревянные. Подобные конструкции имеют элегантный вид, поэтому их используют для выкладки обуви, сумок и пр.

В зависимости от размеров и материалов исполнения, их цена начинается от 3000 руб.

Манекены позволяют представить ассортимент или новую коллекцию в наиболее выгодном свете. Покупатель, ориентируясь на подборку на манекене, может быстрее представить свой образ в ваших товарах. Существует несколько видов манекенов: натуралистичные (они более всего похожи на человека); скульптурные (как правило, изображают беременных женщин и детей); демонстрационные (части тела); портные (по ним создаются лекала и шьются индивидуальные модели). Для магазина одежды лучше выбирать пластиковые манекены, которые дольше сохраняют внешний вид. Наиболее популярны варианты – цветные, блестящие или телесного цвета. Прозрачные манекены обычно используют для демонстрации одежды в Интернет-магазинах. Стоимость одного манекена – от 3000 до 27000 рублей.

Примерочные кабины – незаменимый атрибут магазина одежды. Это оборудование должно соответствовать ряду требований.

Кабина должна быть просторной и удобной для покупателя.

Количество кабин зависит от площади, проходимости и популярности магазина. На 100 м² торгового зала должно быть не меньше 2 кабин.

Освещение в примерочной должно быть ярким, внутреннее оформление не броским. Важно учитывать, что яркие краски на стенах примерочной отвлекают посетителя магазина от товара, а также искажает цвета одежды.

Примерочная обязательно должна быть оснащена глухой шторой или дверью, которая закрывается на замок. Важно, чтобы материал, из которого изготовлена штора, был достаточно плотным и тяжелым, чтобы полотно не двигалось при случайном касании.

В примерочную нужно купить вешала для одежды, пуф или небольшой табурет, зеркало в полный рост, особенно актуально для магазинов с высоким уровнем обслуживания.

Для размещения кассового оборудования необходимо приобрести прилавки. Это может быть как глухая стойка, выполненная в фирменном стиле, так и открытая витрина со стеклом или без, в которой размещаются аксессуары и пр. Стоимость прилавка – от 4500 рублей и более.

Кассовое оборудование позволяет значительно ускорить работу кассира, а также упростить ведение отчетности в магазине. Они включают компьютер (или моноблок), сканер штрих-кодов, дисплей покупателя, онлайн-кассу, эквайринговый терминал и считыватель дисконтных карт.





Таким образом, грамотно организованный торгово-технологический процесс, правильно спроектированное предприятие – сложный и трудоемкий процесс. В настоящее время предприятиям торговли требуются высококвалифицированные специалисты, имеющие свежий взгляд, новые, передовые оригинальные идеи. Это поможет магазину повысить свой рейтинг среди покупателей, а, следовательно, увеличить товарооборот и прибыль торговой организации.

Список использованных источников:

1. Памбухчиянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник для студентов высших и средних специальных учебных заведений – 2-е изд. /В.К. Памбухчиянц. – М.: ИВЦ «Маркетинг» - 2021. – 315 с.

© Халяутдинова А.М., 2023

УДК 658.155

УЛУЧШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦВЕТОЧНОГО МАГАЗИНА

Халяутдинова А.М., Политова Р.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Цветочный бизнес популярен во всем мире. Он может быть как крупным магазином, так и небольшой палаткой на улице. Однако, независимо от размера, все цветочные магазины сталкиваются с вопросом улучшения своей эффективности, чтобы удовлетворять потребности своих клиентов, повышать свою прибыль и быть более конкурентоспособной организацией.

В данной статье рассмотрены методы и способы, которые могут помочь увеличить эффективность деятельности цветочного магазина.

Для того, чтобы улучшить эффективность деятельности цветочного магазина, важно опираться на основные показатели эффективности розничной торговли. Рассмотрим некоторые из них.

1. Одним из самых важных показателей эффективности бизнеса является прибыль. Прибыль организации – это основной финансовый результат деятельности предприятий. Последний определяется как разность между ценой продукции и затратами на её выращивание и продажу. Для организации целиком – это разность между выручкой от продажи продукции и затратами магазина [1]. Для цветочного магазина





прибыль может быть повышена с увеличением объема продаж, улучшения прибыльности продукции и контроля над затратами.

Увеличение объема продаж может быть достигнуто при расширении ассортимента продукции, повышении качества обслуживания клиентов и разработки эффективной рекламной кампании. Также можно привлечь новых клиентов, выстраивая партнерские отношения с другими компаниями: свадебными организаторами или конференц-залами.

Улучшение прибыльности продукции может быть достигнуто за счет увеличения цен на продукцию, уменьшения затрат на производство и управления запасами. Однако, непопулярное у клиентов повышение цен на продукцию может вызвать их негативную реакцию, поэтому необходима оценка оправданности увеличения цен.

Контроль над затратами – это еще один способ увеличения прибыли. Цветочный магазин должен контролировать затраты на аренду, электроэнергию, оплаты труда сотрудников, материалы и другие расходы. Необходимо постоянно отслеживать расходы и оптимизировать их, чтобы уменьшить затраты и повысить прибыль.

2. Продажи на единицу площади является следующим показателем эффективности цветочного магазина. Он представляет собой выручку за выбранный период (день, неделю, месяц), деленную на площадь торгового зала в квадратных метрах [2]. Данный показатель оценивает эффективность использования площади магазина для продажи продукции.

Чтобы увеличить продажи на единицу площади можно использовать эффективное расположение продукции на полках и обеспечить достаточное освещение; создать удобную навигацию и оформление витрин. Также можно применить техники кросс-продаж и продажи дополнительных товаров.

3. Количество продаж – это количество единиц продукции, которые магазин продает за определенный период времени [2]. Для увеличения количества продаж необходимо предлагать клиентам более широкий ассортимент продукции, проводить рекламные кампании и улучшать качество обслуживания клиентов. Также можно увеличить количество продаж, создавая витрины с привлечением внимания прохожих и клиентов.

4. Средний чек – как показатель эффективности продаж, рассчитывается делением общей суммы совершённых покупок на их количество, рассматривается в динамике по различным периодам времени. Расчёт среднего чека позволяет выявить сезонность спроса, оценить эффекты маркетинговых акций, построить ассортиментный ряд и так далее [3]. Одним из способов увеличения среднего чека является предложения покупателям по приобретению дополнительных товаров и услуг: вазы,





корзины, упаковка цветов в привлекательные материалы и другие предметы для декорирования цветов. Также увеличить средний чек продажи цветов можно осуществить с предложением клиентам скидок на большие заказы или дополнительные товары.

5. Конверсия – это процент клиентов, которые делают покупки в магазине от общего числа посетителей. Термин обозначает соотношение количества посетителей магазина и количества покупателей [3]. Для увеличения конверсии в цветочном магазине необходимо устанавливать привлекательные витрины и предоставлять уникальные предложения, которые будут вызывать интерес прохожих и клиентов. Также можно улучшить конверсию, повышая качество обслуживания клиентов и предлагая им дополнительные товары и услуги.

Основываясь на этих показателях, можно применять следующие способы для улучшения эффективности деятельности цветочного магазина:

1. Разработка стратегии продаж: необходимо определиться какие цветы и другие товары лучше продавать, чтобы увеличить средний чек и прибыльность. Например, предлагать клиентам акции на популярные букеты, а также различные дополнительные товары: вазы, горшки и удобрения для растений.

2. Улучшение качества обслуживания клиентов: важно обратить внимание на процесс обслуживания клиентов и обучение сотрудников правильному общению с покупателями. Среди вариантов повышения качества обслуживания можно выделить предоставление клиентам рекомендаций и консультаций по уходу за растениями, а также возможности получения подарочной упаковки для покупок.

3. Оптимизация расходов: разработка стратегии закупки цветов и других товаров для магазина для снижения затрат и увеличения доходности. Использование данных о продажах для определения наиболее популярных товаров и сокращение ассортимента наименее востребованных товаров.

4. Реклама: определение аудитории для привлечения в магазин с разработкой рекламной кампании. Одним из возможных вариантов является использование социальных сетей и других каналов для расширения клиентской аудитории и привлечения новых.

5. Улучшение внешнего вида магазина: для привлечения большего числа покупателей необходимо улучшить внешний вид магазина. Обновление фасада магазина, установка украшений и оформление витрин – все это может заинтересовать прохожих и сделать их потенциальными покупателями.





6. Использование современных технологий для улучшения деятельности магазина, может позволить повысить эффективность организации. На данном этапе возможно применение методов: разработка сайта для продажи цветов онлайн, обеспечение клиентам возможности оформления заказов через Интернет и использование программного обеспечения для более быстрого, и качественного проведения инвентаризаций.

7. Обучение персонала: предоставление возможности обучения сотрудников для высококачественного обслуживания клиентов и эффективного управления магазином также будет способствовать улучшению деятельности компании. Для этого необходимо обучить их правильной организации работы и общению с клиентами, а также правильным приоритетам продаж и уходу за растениями. Это позволит улучшить качество обслуживания клиентов и повысить эффективность работы магазина.

8. Анализ данных: сбор данных о продажах и клиентах позволит определить наиболее популярные товары и ассортимент, а также понять предпочтения клиентов и причины отказов. Необходимо использовать эти данные для принятия решений по улучшению работы магазина.

9. Участие в различных событиях и мероприятиях позволит привлечь внимание к магазину. Например, участие в выставках, конкурсах и благотворительных мероприятиях смягчит обстановку; поможет увеличить узнаваемость магазина и заинтересовать новых клиентов.

10. Постоянное расширение ассортимента цветов позволит удовлетворить потребности клиентов. Предложение к покупке новых их видов, растений и дополнительных товаров, привлечет новых клиентов и увеличит средний чек магазина.

11. Обратная связь от клиентов: сбор, обработка и анализ результатов обратной связи от клиентов позволит выявить существующие проблемы и даст понять направления улучшения результатов деятельности магазина. Для этого можно запрашивать отзывы на сайте и социальных сетях, проводить опросы, собирать отзывы в магазине. Последнее также поможет улучшить качество обслуживания клиентов и повысить эффективность работы магазина.

Цветочный бизнес – это не только торговля цветами, но и работа с людьми. Сотрудники успешного магазина могут суметь удовлетворить потребности клиентов, адаптироваться к рынку и быстро реагировать на изменения.

Таким образом, улучшение эффективности деятельности цветочного магазина может быть достигнуто при систематической работе над совершенствованием всех аспектов бизнеса. Каждый из перечисленных





выше методов может оказать положительное влияние на работу магазина, но их совокупное использование является наилучшим способом достижения успеха.

Список использованных источников:

1. Баскакова О.В., Мачабели М.Ш. Экономика организации. – М.: Дашков и Ко. – 2019. – 306 с.
2. Днепров М.Ю., Михайлюк О.В, Николаев В.А. Экономическая теория: учебник для вузов. – М.: Юрайт. – 2021. – 216 с.
3. Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли: учебник для вузов / А. М. Магомедов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт. – 2021. – 266 с.

© Халяутдинова А.М., Политова Р.В., 2023

УДК 331.101.38

**ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ
СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА
В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

Хвеженко А.В., Климович Н.И.

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
Минск, Республика Беларусь*

На современном этапе стремительного развития общества и экономики всё большее значение приобретает личное отношение человека к труду. Только заинтересованный и удовлетворенный своей деятельностью человек способен по-настоящему эффективно работать и приносить пользу, как отдельной организации, так и всему обществу. Проблемы мотивации персонала широко рассматриваются в научной и публицистической литературе. Понимание внутренних механизмов побуждения к трудовой деятельности – необходимое условие для построения эффективной кадровой политики организации, составная часть которой – система мотивации и стимулирования работников организации.

Система мотивации и стимулирования персонала – сложный элемент управления, а мотивационное управление персоналом – настоящее искусство. Если руководители организаций сумеют познать искусство мотивации и овладеть им, показатели деятельности заметно повысятся, вследствие чего организация имеет большие шансы занять лидирующие позиции на рынке [1].

Этот вопрос особенно актуален в организациях сферы услуг. Данный сектор охватывает значительную часть мировой экономики: более 75% от ВВП развитых стран и около 50% от ВВП развивающихся стран. Для





сферы услуг характерна динамичность, стремительное развитие и крайне высокая конкуренция. Тем более в таких отраслях, как ресторанный бизнес и общественное питание. Организациям, которые только входят на рынок, крайне необходимо разработать и поддерживать эффективную систему мотивации персонала, чтобы не просто удержаться на начальном этапе среди большого потока конкурентов, но и сделать шаги к дальнейшему развитию.

Основной причиной проблемы построения и функционирования системы мотивации персонала часто называют некомпетентность управляющего. Однако при более детальном изучении структуры организации, рабочих процессов и обязанностей сотрудников может стать понятно, что все трудности берут начало именно в организационной структуре и планировании деятельности.

С целью создания актуальной и эффективности системы мотивации, руководителю следует знать некоторые аспекты психологии, сущность базовых потребностей, основные теории мотивации. Существует множество концепций мотивации персонала, трансформация которых происходила в тесной связи с факторами преобразования индустриального общества в информационное, условиями становления развитой конкурентной среды. На современном этапе выделяют следующие подходы к определению мотивации [2]:

содержательный, согласно которому теории базируются на удовлетворении потребностей и побуждении индивида к действиям, концентрируясь на анализе и выявлении содержания факторов мотивации. Авторы основываются на идентификации внутренних потребностей и мотивов индивида, побуждающих действовать конкретным образом. В теориях проводится анализ потребностей и их влияния на мотивацию, описана структура потребностей, содержание и связь потребностей с мотивацией индивида к деятельности. Наиболее известные концепции разработали А. Маслоу, К. Альдерфер, Д. МакКлелланд, Ф. Герцберг;

процессуальный, предметом изучения которого выступает динамика взаимодействия разных мотивов, поведение индивида определяется не только его потребностями, но и восприятием ситуации, ситуационными ожиданиями, оценкой возможностей, перспектив выбранного типа поведения. В результате, индивидом принимается решение об активных действиях либо о бездействии. Наибольшее распространение получили концепции В. Врума, Б. Скиннера, Л. Портера и Э. Лоулера, Д. Аткинсона.

Нельзя отрицать факт того, что ни один сотрудник не будет эффективно выполнять работу, которая не приносит ему удовольствия в течение долгого времени или где он не видит перспектив своей деятельности. Поэтому менеджерам и руководству необходимо уделять





внимание тому, в какой степени подчиненные заинтересованы в своих текущих обязанностях, что способствует их труду и какие факторы негативно влияют на работоспособность.

Также, при разработке системы мотивации нужно учитывать важные особенности и самого ресторанного бизнеса, такие как:

1. Зависимость успеха бизнеса от качества обслуживания клиентов. Прибыль и репутация заведения во многом зависит от того, насколько качественным будет обслуживание посетителей. Поэтому основой мотивации сотрудников в ресторанном бизнесе является задача удовлетворения потребностей клиентов не только в получении желаемого заказа, но и в «подаче» этого заказа. Обслуживающий персонал должен быть хорошо знаком с принципами «социального поглаживания».

2. Многоуровневая иерархия, начиная от управляющего заведением и заканчивая уборщиками подсобных помещений, мойщиками посуды. Каждому уровню требуются определенные навыки и качества, и каждый уровень имеет свои особенности мотивации, не подходящие сотрудникам иных подразделений. Однако стимулирование персонала будет эффективно только в случае, когда каждый сотрудник будет понимать, что делает вклад в общий результат и именно от его деятельности зависит итог работы всей команды.

3. Сезонность бизнеса. Сфера общественного питания характеризуется непостоянством получения прибыли, связанным с пиками и упадками продаж, которые приходятся на определенные временные интервалы. Традиционно наиболее прибыльными периодами считаются лето и праздники. Периодами застоя и трудностей выступают конец зимы – начало весны, середина рабочей недели, утренние часы. Это требует от системы мотивации ресторанного бизнеса гибкости и адаптивности к меняющейся ситуации.

4. Физически тяжелый труд. Ресторанный бизнес связан с физически тяжелым трудом, особенно для сотрудников, занятых на кухне и в зале. В большинстве заведений рабочий день составляет больше стандартного восьмичасового, как правило, 10-12 часов. Довольно часто сотрудники задерживаются «до последнего гостя» (т.е. не уходят, пока из зала не выйдет последний человек) и покидают рабочее место намного позже, чем установлено в договоре. Следовательно, система мотивации должна учитывать физические и эмоциональные потребности сотрудников, включая обязательные и нормированные перерывы на обед и рабочий график, позволяющий восстановить способность к труду.

В качестве примера для построения системы мотивации персонала выступает мини-кафе STRUDEL&CAVA, расположенное в г. Минске, начавшее свою работу в ноябре 2021 года [3]. Целевая аудитория –





молодые люди с уровнем дохода выше среднего. Состав персонала: директор (1), шеф основного производства (1), бухгалтер (2), администратор (1), пекарь (3), помощник пекаря (1), бариста (3). Форма оплаты труда – повременная простая, производится без задержек, система штрафов отсутствует. Часовая ставка средняя по рынку – 5 рублей в час (далее – руб./час).

На данный момент четкой системы стимулирования в мини-кафе не существует, что является большой ошибкой со стороны управляющего звена. Сотрудников в начинающем бизнесе удержать сложнее, т.к. они могут перейти к конкурентам, где уже есть определенные стандарты и методы поощрения. Так, в основных организациях-конкурентах – кофейнях и пекарнях г. Минска – действует повременно-премиальная система оплаты труда для бариста-кассиров и сдельно-премиальная для работников производственного цеха. Соответственно, персонал лично заинтересован в повышении объемов производства и продаж, а также качестве обслуживания гостей, чтобы не терять поток посетителей.

Одной из проблем также является большая нагрузка на персонал, проявляющаяся в выполнении дополнительных задач, отвлекающих от основных обязанностей. Это объяснимо неопытностью руководства, которое стремится избежать лишних затрат, возлагая на сотрудников как можно больше обязанностей. Однако здесь нужно понимать, что перегруженные обязанностями работники быстро потеряют мотивацию и выберут более выгодные условия труда в другой организации.

Следовательно, в контексте структурных преобразований будет целесообразно ввести должность сотрудника-универсала (2), в обязанности которого будет входить: поддержание чистоты и порядка в производственной зоне, текущая уборка зала, выполнение хозяйственных операций по просьбе пекарей и бариста. Данное нововведение облегчит работу сотрудников и даст возможность уделять больше времени своим основным задачам. К должности администратора рекомендуется добавить такие задачи как: учет продукции, контроль запасов, взаимодействие с поставщиками. Делегирование ответственности также поспособствует облегчению рабочего дня подчиненных и дальнейшего совершенствования своих профессиональных навыков.

Подкрепить интерес сотрудников к достижению результатов следует путем выстраивания четкой зависимости вознаграждения от решения поставленных задач. В настоящее время методику определения результатов и создания механизмов определения денежного вознаграждения называют системой мотивации на базе ключевых показателей эффективности (KPI). Мировая практика доказывает, что внедрение системы KPI увеличивает прибыль организаций от 10 до 30%,





поскольку ориентирует работу сотрудников на результат, повышая и мотивацию, и лояльность персонала [4]. Внедрение системы управления и мотивации с помощью КРІ требует особых знаний у руководителей организации, которые можно приобрести с помощью корпоративного обучения. Для управляющего звена STRUDEL&CAVA этот вариант крайне актуален.

Итак, систему оплаты труда в мини-кафе стоит изменить с простой повременной на премиальную. В качестве оклада остается принятая почасовая ставка – 5 руб./час для бариста, помощника пекаря и 6 руб./час для пекарей, администратора. Далее устанавливается недельный план продаж – базовая сумма, необходимая для покрытия финансовых обязательств организации. Предполагаемая сумма – 14000 руб., т.е. 2000 руб. в день. До выполнения контрольной суммы продаж почасовая ставка не меняется. Если же дневная выручка превышает установленную сумму, то далее идет начисление процента от продаж всем сотрудникам, работающим в этот день, даже если они непосредственно не причастны к продаже продукции.

Процент от продаж предлагается начислять следующим образом:

от установленной нормы выручки исчисляется 5% – при заданном нормативе в 2000 руб. в день сумма дополнительной прибыли будет составлять 100 руб.;

далее суммируется количество отработанных часов всеми сотрудниками на смене, опять же, независимо от их причастности к продажам. В качестве примера – совокупное рабочее время 50 часов;

затем определяется размер процента от продаж на конкретной смене, исчисляемый как отношение суммы дополнительной прибыли к общему рабочему времени. С учетом сделанных предложений процент от продаж будет равен 2 руб./час (100 руб. / 50 часов);

в результате выполнения плана индивидуальная надбавка каждому сотруднику на смене начисляется пропорционально его отработанному времени. Так, при смене в 12 часов сотрудник получает надбавку в размере 24 рублей (2 руб./час × 12 часов).

Важно отметить, что прибыль от продаж будет рассчитываться только в том случае, если будет выполнен не только недельный план, но и ежедневный. В случае, если за одну смену было реализовано товара на 3000 руб., а в другую на 1200 руб. – сотрудники не получают процент от продаж.

По результатам действия системы мотивации персонала на основе структурных преобразований и КРІ ожидается:

увеличение выручки более чем на 100%, т.е. до 2100 руб. в будние дни и вплоть до 2500 руб. в выходные дни;





снижение риска инициатив увольнения со стороны сотрудников на 50-70% в связи с большей заинтересованностью в текущей деятельности, развитием профессиональных компетенций;

улучшение внешнего имиджа заведения, распространение информации посредством социальных сетей гостей и личных рекомендаций;

снижение постоянных затрат до 20%;

сокращение расходов от нереализованной продукции до 80%, ведь сотрудники будут стремиться продать как можно больше единиц товара с целью выполнения плана ежедневной выручки.

Однако стоит учитывать факт того, что каждый разработанный КРІ имеет свой срок действия. На этапе начального внедрения предполагается, что показатель стимулирует сотрудников, эффективность деятельности возрастает, однако спустя некоторое время воздействие ослабевает, вследствие чего составляющие показателя следует пересматривать или полностью его отменить. Руководству организации необходимо регулярно анализировать эффективность системы мотивации на базе КРІ. И после подведенных итогов необходимо провести общее собрание, где будут озвучены результаты деятельности, новые достижения, чтобы сотрудники услышали лично и дополнительно осознали свою значимость для организации.

Таким образом, предложенный вариант системы мотивации поможет сплотить сотрудников всех подразделений. Рекомендуемый срок использования установленного нововведения – 4 месяца. Далее организация может установить новую контрольную сумму и почасовую ставку с учётом изменения финансовых обязательств и результатов деятельности.

Список использованных источников:

1. Шкрабальюк А. А. Мотивация персонала: сущность и значение как функции управления персоналом // Молодой ученый. – 2021. – № 5 (347). – С. 297–301.

2. Толмачева М. С., Мешкова Г. А. Эволюция теорий мотивации в зарубежных исследованиях // Успехи гуманитарных наук. – 2019. – № 2. – С. 6–14.

3. Официальный сайт Strudel&Cava [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://strudelcava.by/about>. – Дата доступа: 30.04.2023.

4. Мещерякова Е. В., Романов С. А. Использование ключевых показателей эффективности для мотивации персонала // Труды БГТУ. Экономика и управление. – 2015. – № 7. – С. 250–256.

© Хвезенко А.В., Климкович Н.И., 2023





УДК 330.322.012

ХАРАКТЕРИСТИКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Хвеженко А.В., Маслак Д.А.

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
Минск, Республика Беларусь*

Инвестиционная привлекательность является интегральной характеристикой отдельных предприятий, отраслей, регионов, а также всей страны с позиции перспектив развития, доходности инвестиций, величины инвестиционных рисков. Инвестиционная привлекательность определяет основные направления движения инвестиций и создаёт предпосылки для повышения инвестиционной активности. Эти два понятия формируют инвестиционный климат. В основе инвестиционного климата Республики Беларусь лежит Закон «Об инвестициях Республики Беларусь» от 12 июля 2013 г. № 53-3 (далее – Закон) с соответствующими изменениями и дополнениями. Ранее регулирование инвестиционной деятельности осуществлялось Инвестиционным кодексом Республики Беларусь, утратившего силу в связи с принятием Закона.

С 2020 года состояние инвестиционного климата страны подвергается многочисленным угрозам по причине постоянно вводимых санкций со стороны Европейского союза (далее – ЕС), США, Великобритании, Канады. Так, прекращена возможность поставок в ЕС белорусских товаров: отдельных нефтепродуктов и калийных удобрений, введен запрет на поставки шин, всей группы лесоматериалов, черных металлов, цементной продукции. Из ЕС ограничены поставки широкого перечня оборудования, машин и механизмов, отдельных товаров для производства табачных изделий, товаров и технологий двойного назначения, товаров, способствующих совершенствованию военно-технического, оборонного секторов и сектора безопасности.

И это один из немногих примеров ограничений, влияющих не только на экономическое развитие, но и на международные рейтинги Республики Беларусь. Ухудшение отношений с развитыми странами, занимающие лидирующие позиции по многим экономическим показателям, наносят ущерб инвестиционной привлекательности Беларуси. В связи с этим отмечено последовательное снижение иностранных инвестиций в белорусскую экономику и перераспределение их структуры [1].

Поступление иностранных инвестиций в экономику Республики Беларусь по итогам 2022 года составило 6,98 млрд. долл. США, что на





19,8% ниже объема за 2021 год. Основную долю – 85,4% (5,96 млрд. долл. США) – занимают прямые иностранные инвестиции (далее – ПИИ), объем которых снизился на 9,1%.

Тем не менее, инвестиции не прекращаются и поступают, пусть и в меньшем объеме. Значительная доля ПИИ на чистой основе приходится на Российскую Федерацию и составляет 25% (383,2 млн. долл. США). Далее следуют притоки из Нидерландов – 14% (214,2 млн. долл. США) и ОАЭ – 5,4% (82,0 млн. долл. США). Наиболее привлекательными видами экономической деятельности для прямого инвестирования стали: промышленность (0,66 млрд. долларов США – 43,2 %); оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей (0,22 млрд. долларов США – 14,2%); финансовая и страховая деятельность (0,17 млрд. долларов США – 11,3%); строительство (0,15 млрд. долларов США – 9,5%).

Одновременно количество организаций-резидентов Республики Беларусь, обеспечивших в 2022 году приток ПИИ на чистой основе, уменьшилось на 167 единиц в сравнении с 2021 годом и составило 4306 единиц. При этом количество организаций, в которых наблюдалось изъятие ПИИ на чистой основе, сократилось на 33 единицы с 774 до 741, однако сумма изъятия выросла на 221,2 млн. долл. США [2].

Многие инвесторы активно используют данные расчётов премии за страховой риск. Беларусь включена в рейтинг с 1999 года и занимала позицию в группе стран с наибольшим риском вплоть до 2018 г. С марта 2022 года Беларусь снова лидирует в списке стран, в которых премия за страновой риск резко выросла менее чем за полгода – с 7 до 16,78% годовых (а суммарная премия за риск – с 11 до 22,79%). Это значит, что примерный ориентир доходности для международного инвестора в Беларуси в долларах США составляет 26%: 3% (безрисковая ставка) + 6% (премия за фондовый риск) + 17% (премия за страновой риск). Аналогичная норма доходности полгода назад составляла около 12% [3].

Основная причина увеличения странового риска для Республики Беларусь – снижение кредитного рейтинга. В данных условиях вполне ожидаемо, что сделки с белорусскими активами не прекратятся, однако инвесторы даже из стран, которые не находятся под санкциями, будут готовы платить за белорусские активы еще меньше, чем раньше, ведь альтернатив с более выгодными условиями достаточно. Соответственно, с увеличением премии за риск поиск новых инвесторов для Беларуси стал сложнее. Также приостановилось экспортное кредитование и взаимодействие с банками Германии, Чехии, Польши, Швейцарии, Италии.

Текущее состояние инвестиционной привлекательности Республики Беларусь можно охарактеризовать с помощью SWOT-анализа (табл. 1),





который показывает существенные сильные стороны, но также и сдерживающие развитие факторы.

Таблица 1 – SWOT-анализ инвестиционной привлекательности Республики Беларусь. Разработка автора

Конкурентные преимущества	Сдерживающие факторы
Выгодное географическое положение Развитая логистическая инфраструктура Преференциальные режимы инвестирования Наличие квалифицированной и недорогой рабочей силы Развитый IT-сектор Безвизовый режим (до 90 дней) Большое количество водных, земельных, лесных ресурсов	Слабый уровень развития инновационного производства Сложная система правоприменения Низкий уровень экономических свобод Недостаточная развитость корпоративного управления Неустойчивые кредитные рейтинги Небольшие располагаемые доходы населения
Возможности	Угрозы
Сотрудничество с международными финансовыми организациями Стабилизация макроэкономических и финансовых условий Выход на новые рынки сбыта при условии вступления в ВТО Расширенное использование механизмов ГЧП при реализации инвестиционных проектов	Экономические и политические санкции Запрет доступа на иностранные рынки капитала Замедление темпов роста мировой экономики, в т.ч. стран-партнёров Обострение международной конкуренции за привлечение инвестиций

Таким образом, инвестиционная привлекательность Республики Беларусь носит в целом положительный, пусть и во многом подверженный изменениям характер. Значительными преимуществами выступают выгодное географическое положение и недорогая рабочая сила. При грамотном сотрудничестве с международными организациями, в том числе с Всемирной торговой организацией, Беларусь имеет все шансы на увеличение экспорта и притока инвестиций, особенно с целью развития высокотехнологичного производства. Стоит отметить, что в 2023 году власти намерены обеспечить приток ПИИ во многом за счёт инвестиций в основной капитал.

Однако, несмотря на наличие специальных режимов инвестирования, в которых значительно снижены ставки налогов, некоторые инвесторы настороженно воспринимают текущее законодательство по налогообложению. Согласно рейтингу Doing Business в 2022 году Беларусь занимала 99 место из 190 экономик мира по сложности системы налогообложения. Но стоит отметить, что правительство принимает активные решения по улучшению системы налогообложения [3].

В условиях нестабильной экономической и политической обстановки в мире, Республика Беларусь продолжает искать новые пути развития вопреки многочисленным санкциям Запада. Низкие позиции в рейтингах, отрицательные характеристики в международных статистических отчётах подрывают состояние инвестиционного климата, однако власти не намерены уступать невыгодным условиям и упускать возможности стабилизации экономической ситуации в стране. На протяжении нескольких лет активно обсуждается упрощение реализации инвестиционных проектов в регионах, а также закрепление особого правового режима по заключению специальных инвестиционных договоров с гарантией выкупа государством части произведенной





продукции. С целью стимулирования экономического роста крайне необходимо дальнейшее обеспечение притока инвестиций в основной капитал. Стоит отметить, что увеличение объёма инвестиций важно сочетать с повышением отдачи от их использования.

В качестве одного из перспективных вариантов можно рассматривать наращивание вложения в активную часть основных средств: транспорт, машины, оборудование. В этом случае инвестиции будут способствовать расширенному воспроизводству – созданию новых рабочих мест, увеличению налоговых поступлений в бюджет, развитию экспорта. Также нельзя не отметить потребность в оптимизации преференциальных режимов инвестирования в Республике Беларусь. Это необходимо для стимулирования инвестиций в высокотехнологичные и инновационные производства, которые, в свою очередь, могут дать дополнительный эффект в виде прироста добавленной стоимости. Отток потенциальных инвестиций из «недружественных» стран может быть компенсирован за счёт реализации проектов совместно с надёжными партнёрами Республики Беларусь – Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой.

Список использованных источников:

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/oficial_statistika/2023/fixed_investment-2302.pdf. – Дата доступа: 05.05.2023.

2. Министерство экономики Республики Беларусь. Результаты инвестиционной политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/ru/pezzultat-ru/>. – Дата доступа: 05.05.2023.

3. Как Беларусь стала слишком рискованной для инвесторов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilex.by/kak-belarus-stala-slishkom-riskovoj-dlya-investorov/>. – Дата доступа: 06.05.2023.

4. Economy Profile, Belarus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://revera.legal/info-centr/obzory/38-doing-businessin-belarus-2022/>. – Дата доступа: 06.05.2023.

© Хвеженко А.В., Маслак Д.А., 2023





УДК 330.101:001.9-021.68

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кошелева Е.Г., Хрипков С.О.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет», Донецк

Начало нового XXI столетия ознаменовалось приходом постиндустриального общества, которое только начинало первые шаги в своём развитии. Подобные изменения напрямую затронули экономическую сферу жизни общества. Основную роль в экономике начал играть человеческий капитал. Отметим, что любая социально-экономическая революция имеет в своей основе производственные отношения и технологические системы. Сегодня на первый план в развитии России выдвигается проблема определения долгосрочной стратегии социально-экономического развития [13, с. 6].

В ходе проведения исследования были рассмотрены работы ряда авторов, исследовавшие различные аспекты развития экономики знаний: Гринберга Р.С. [2, 3], Краюхина Г.А. [3], Логиновой Е.В. [7], Мельниковой Т.Б. [8] и других.

Развивающееся постиндустриальное общество характеризуется, в первую очередь, высоким уровнем использования информационно-компьютеризированных систем и технологий. Они занимают важное место в различных сферах деятельности и позволяют значительно повышать эффективность работы в них, при помощи происходящих процессов, связанных с технологической революцией (отличительная черта – массовая компьютеризация). В результате должна сформироваться экономика, основанная на знаниях – экономика знаний.

Создание экономики знаний и её развитие – актуальная задача Российской Федерации в XXI столетии. Экономический рост сегодня стимулируется знаниями, представленными в форме интеллектуального капитала, наличие которого в стране, позволит достичь немалых успехов в экономически-социальном развитии государства. В обществе, основанном на знаниях, главная роль принадлежит информации, передача которой осуществляется субъектами производственных отношений [7, с. 18].

Термин «интеллектуальный капитал» возник относительно недавно. Первое его определение принято соотносить с именем Д.К. Гэлбрейт, который в 1969 году активно работал в этом направлении. По его мнению, интеллектуальный капитал представлял собой умственные способности человека, на основании которых осуществляется целенаправленная





интеллектуальная деятельность. Позднее термин многократно перерабатывался и дополнялся. Так, Э. Брукинг раскрывает его суть как «совокупность нематериальных активов, без которых затруднительно существование компании, увеличение её конкурентного преимущества» [1, с. 86].

Формирование интеллектуального капитала в условиях развивающейся новой формы организации экономики требует непосредственного участия государства и обязательное наличие инвестиционной составляющей. Инвестиции следует рассматривать как определённые затраты (материального или нематериального плана), целью которых является конечное повышение эффективности того или иного мероприятия. Иными словами, вложенные ресурсы должны окупиться, принести большую пользу. В таком случае инвестирование может считаться успешным.

Создание интеллектуального капитала можно представить в качестве организационно-управленческой инновации, которая позволит своевременно осуществить технологическую трансформацию. Подход к национальной инновационной системе можно строить на основании процесса объединения компаний, научно-исследовательских центров, университетов в государственную систему, без выделения организаций, для которых характерна саморегуляция [3, с. 65].

Таким образом, подчеркнём, что формирующаяся инновационная экономика в условиях Российской Федерации – это экономика общества, базирующаяся на знаниях и инновационных решениях. Благодаря применению научных знаний, появляется возможность разрабатывать инновационные методы в той или иной сфере деятельности, тем самым достигая плавного и сбалансированного развития как экономики, так и общества в целом. Подтверждение этому является рост финансирования науки из средств федерального бюджета (рис. 1).



Рисунок 1 – Финансирование науки из средств федерального бюджета [12]

По последнему отчету Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР), охватывающему экономики 46 стран и находящемуся в свободном доступе [5], индекс экономики знаний ЕБРР в Российской





Федерации в 2018 году составил 4,93, что свидетельствует о среднем уровне развития, но достаточно высоком уровне динамики по сравнению с 2011 годом (+1,159).

Для экономики знаний, в первую очередь, характерен постоянный рост доли научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) в совокупных затратах различных компаний (как частных, так и относящихся к государственному сектору). Внутренние затраты на научные исследования и разработки по приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники представлены в таблице (табл. 1).

Таблица 1 – Внутренние затраты на научные исследования и разработки по приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники. Составлено автором по данным Росстата [12]

	Всего	в том числе финансируемые за счет средств:					прочих источников
		бюджетов всех уровней	в том числе федерального бюджета	собственных средств организаций	средства организаций государственного сектора	средства организаций предпринимательского сектора	
2015	627405,5	398937,3	390638,8	59988,4	50411,0	93281,4	24787,3
2016	670013,8	396775,2	381662,8	80988,9	62371,1	104038,4	25840,1
2017	718706,8	429555,8	417313,4	100784,2	53352,0	108208,2	26806,6
2018	717541,1	420022,5	406395,2	99226,1	64612,3	112397,2	21283,0
2019	804487,5	471738,4	456749,0	127850,8	72899,7	102417,1	29581,5
2020	832128,6	479365,1	446003,3	123843,8	85544,4	104475,0	38900,2
2021	905910,3	524347,2	504400,1	155387,0	80545,3	113750,2	31880,6

Из таблицы видно, что в период с 2015 по 2021 года внутренние затраты на научные исследования и разработки по приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники имели устойчивый рост, в среднем, превышающий 100000 рублей. Поддержка государства подтверждается ростом объема финансирования из бюджетов всех уровней.

При этом не прекращается активная деятельность исследовательских институтов. В современных российских реалиях интеллектуальный капитал медленно возрастает, но в большей степени он не связан с материальными ценностями, а проявляется в регистрации новых патентов, системе организации компаний и прочее.

Отрадно, что, согласно ежегодному отчету Роспатента [11] за 2022 г. по количеству поданных заявок на патентование изобретений за 2022 год лидируют Университеты (Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, Пермский государственный национальный исследовательский университет) – 32,2% от всех российских заявок.

Для эффективного развития инновационной экономики знаний следует придерживаться двух основных принципов:





проведение рациональной экономической политики, которая позволит оказать должное воздействие на качественный и количественный прирост знаний и инвестиций;

создании мощной исследовательской базы, способной создавать новые идеи и формы сотрудничества среди секторов исследований и производства. Значительное внимание также следует уделить созданию эффективных механизмов коммерциализации знаний.

По своей сути они представляют собой процесс трансформации знаний в продукт/услугу или иные виды деятельности, который в конечном итоге будет приносить прибыль, а также своевременно находить и успешно применять пути для решения задач, имеющих для страны стратегическое значение [2, с. 287]. Предлагаем, одним из принципов считать поддержку экономического роста, конкурентоспособность на мировых рынках, снижение уровня безработицы, охрану природы и улучшение медицины.

В настоящее время инновационное развитие становится важнейшим элементом социально-экономического развития стран и регионов. На микроэкономическом и макроэкономическом уровнях инновации становятся все более важными для устойчивого развития национальной экономики, поскольку позволяют предприятиям реагировать на все более сложные требования потребителей, опережать конкурентов на внутреннем и международном рынках, повышать свою производительность [6, с. 43].

Таким образом, можно сделать вывод, что инновация является заключительным этапом НИОКР, когда достигается определённый социальный, экономический, экологический и прочие эффекты.

Успех в построении экономики знаний серьёзно зависит от инновационной инфраструктуры. Достаточный её уровень обеспечит планомерное развитие инвестиционной экономики [8, с. 128].

Инвестиционную инфраструктуру следует рассматривать как многокомпонентную систему, в которой все элементы, представленные в виде разнохарактерных систем (производственных, технических, управленческих и прочее) находятся в простой взаимосвязи, а также взаимно дополняют друг друга. Она обеспечивает эффективное внедрение инноваций и их непосредственную реализацию на практике. Стабильный рост экономики возможен благодаря инновациям, базирующимся на знаниях [4, с 170].

Государство при помощи специальных механизмов регуляции и контроля (например, создание и реализация специальных программ поддержки) может оказывать непосредственное влияние на развитие и рациональное использование научно-технического и инновационного потенциала и прочей ресурсной базы, которая используется для создания





инновационных проектов, реализация которых позволит получить значительные полезные эффекты в тех или иных сферах общественного развития.

Стоит отметить, что научное развитие с последующим применением полученных результатов научной деятельности невозможно при использовании рыночного механизма. В этом случае требуется многосторонняя поддержка со стороны государства, которая будет направлена на развитие научно-исследовательского сектора страны. Здесь необходимо упомянуть о национальном проекте «Наука и университеты», который является отличным примером участия государства в развитии образовательных учреждений и научной деятельности. Его реализация, по оценкам экспертов, должна вывести РФ к 2030 году в топ-10 стран с самым высоким уровнем научной деятельности [9]. Такой подход позволяет подключить к работе множество частных компаний, которые проводят исследования в узкоспециализированных областях. Благодаря государственным программам поддержки они получают значительную пользу для себя и при этом станут активнее работать для решения важных экономических и других глобальных национальных проблем [10].

Научно-техническая политика государства позволяет создать условия для обеспечения необходимой базы для расширения различных производств и повышения их эффективности за счёт внедрения инновационных методов, которые в свою очередь будут обеспечиваться достаточным уровнем интеллектуального капитала в стране. Главная цель – достичь высоких темпов экономического роста, решить возникшие проблемы в социальном, экономическом и иных секторах, обеспечить экономическую безопасность.

Как показало исследование, в современных российских условиях наблюдаются значительные шаги в направлении развития инновационной экономики.

С 1990-х годов инновационная деятельность в Российской Федерации значительно зависит от уровня (имеется в виду качественная характеристика) высшего образования и осуществляется по 2 ведущим направлениям:

- 1) реализация инновационных программ;
- 2) формирование и развитие различных структур, основывающихся на науке, технике и инновациях (простой пример подобных структур – это технические парки на базе существующих).

На сегодняшний день на территории Российской Федерации существует более 80 индустриальных парков, большинство из которых непосредственно связаны с образовательными организациями и участвует





в формировании прочной основы для дальнейшего развития инновационной экономики (экономики знаний).

Сегодня также успешно применяются инновационные методы государственной поддержки развития интеллектуального капитала. Например, в 2020 году завершился конкурс проектов «5-100-2020», который был направлен на повышение конкурентоспособности российских ведущих ВУЗов. По итогу было поддержано 20 проектов, которые сегодня продолжают реализовывать на практике.

Переход к экономике знаний – отличительная черта развития Российской Федерации в XXI столетии. Знания, представленные в форме человеческого капитала, являются его главным движущим инструментом.

Эффективное развитие экономики знаний обеспечивается при высоком уровне инновационной деятельности, которая достигается путём качественного и количественного роста научно-исследовательских центров, технических парков и образовательных организаций, а развитие науки требует плотного взаимодействия между научным сообществом и бизнес-средой.

Таким образом, можно сделать вывод, что основа развития России в будущем – это создание экономики знаний, ведущую роль в которой будет играть человеческий капитал. В качестве инструмента поддержки и регулирования выступит государство, которое через своё вмешательство (преимущественно через программы поддержки) сформирует достаточный интеллектуальный потенциал государства.

Список использованных источников:

1. Брукинг, Э. Интеллектуальный капитал / Пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковалик. – СПб., 2001. – 288 с.
2. Гринберг, Р. С. Индивидуум & Государство: экономическая дилемма / Р. С. Гринберг, А. Я. Рубинштейн. – М.: Весь мир, 2013. – 480 с.
3. Константинов, И. И. Прикладные аспекты формирования системы управления корпоративными структурами на базе экономики знаний / И. И. Константинов, С. Е. Барыкин, А. В. Домников // Аудит и финансовый анализ. – 2014. – № 1. – С. 261-268.
4. Краюхин, Г. А. Инновационные процессы: субъекты и мотивы их деятельности / Г. А. Краюхин, Л. Ф. Шайбокова. – СПб.: ГИЭА, 2006. – 217 с.
5. Индекс экономики знаний ЕБРР [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ebrd.com/news/publications/brochures/ebrd-knowledge-economy-index.html> (дата обращения 21.04.2023).
6. Лебедев, А. Е. Повышение конкурентоспособности экономики через накопление знаний. Опыт Израиля / А. Е. Лебедев. – М.: Синергия, 2020. – 104 с.





7. Логинова, Е. В. Цифровые координаты современного российского общества: методология исследования / Е. В. Логинова // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2019. – Т. 21, № 3. – С. 16–17.

8. Мельникова, Т. Б. Природа и форма знаний в экономике / Т. Б. Мельникова // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2023. – № 1. – С. 126–133.

9. Национальный проект «Наука и университеты» [Электронный ресурс]. – URL: https://minobrnauki.gov.ru/nac_project/ (дата обращения: 17.04.23).

10. Программа государственной поддержки. НИОКР и омолодация. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.exportcenter.ru/services/spetsialnye-programmy-po-podderzhke-eksporta/gospodderzhka-niokr-i-omologatsiya/> (дата обращения 17.04.2023).

11. Роспатент в цифрах и факта: создаем новую технологическую Россию: Годовой отчет 2022. – М.: Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт промышленной собственности» (ФИПС), 2023. – 67 с.

12. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/154849?print=1> (дата обращения: 17.04.23).

13. Фролов, Д. П. Институциональный фактор развития «Экономики, основанной на знаниях» / Д. П. Фролов, Д. А. Шелестова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2009. – Сер. 3. Экон. Экол. – №1(14). – С. 6–14.

© Кошелева Е.Г., Хрипков С.О., 2023

УДК 336

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Цветков А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Финансовое состояние организации – это способность предприятия финансировать свою деятельность. Это характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с контрагентами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.





Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным [1, 2].

Относительно баланса важно проанализировать следующие критерии финансового состояния организации: общая стоимость имущества; стоимость иммобилизованного имущества; стоимость запасов, соответствующих ФСБУ 5/2019 «Запасы»; объем собственного капитала; величина заемных средств; объемы собственных средств в обороте.

При проведении анализа необходимо обращать внимание на изменение удельного веса собственных оборотных средств в стоимости имущества, на соотношение темпов роста собственного и заемного капитала, а также на соотношение дебиторской и кредиторской задолженности. При стабильном финансовом положении у предприятия должна возрастать доля собственных оборотных средств в объеме оборотных активов, темпы роста собственного капитала должны быть выше темпа роста заемного капитала, а темпы увеличения дебиторской и кредиторской задолженности должны уравнивать друг друга.

Коммерческие достижения организации зависят от эффективности системы управления платежеспособностью и ликвидностью, поэтому от всех субъектов предпринимательства требуется активный поиск решения задач построения эффективных систем управления платежеспособностью, адаптированных к текущей экономической ситуации.

Надежное финансовое состояние организации характеризуется высокой платежеспособностью, устойчивой финансовой базой, достаточной обеспеченностью собственными оборотными средствами и эффективностью их использования в хозяйственных целях, четким проведением финансово-экономических расчетов.

Неустойчивое финансовое состояние организации характеризуется нерациональным использованием имущества, неэффективным размещением средств, их иммобилизацией, неудовлетворительной платежеспособностью, просроченной задолженностью перед бюджетом, поставщиками и банком, недостаточно устойчивой финансовой базой, связанной с неблагоприятными тенденциями в производстве.

Финансовое состояние организации зависит от обеспеченности разными ресурсами, необходимыми для нормальной работы производственных и функциональных подразделений, от выполнения условий целесообразности размещения и эффективности использования имущества, от выстраивания финансовых взаимоотношений с контрагентами, от платежеспособности и финансовой устойчивости. Кроме того, от эффективности осуществления операционной, финансовой, инвестиционной и других видов предпринимательской деятельности. При этом на финансовое состояние организации оказывают влияние





производственные составляющие (показатели интенсивного и экстенсивного использования производственной мощности), организационные факторы (сбалансированность управленческих структур) и факторы обращения (управление дебиторской и кредиторской задолженностями, надежность поставщиков и др.) [3].

Ключевой целью анализа финансового состояния является получение определенного числа основных (наиболее представительных) параметров, дающих объективную и обоснованную характеристику финансового состояния предприятия. Это относится, прежде всего, к изменениям в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами, в составе отчета о финансовых результатах. Для достижения локальных целей такого анализа необходимо:

- определить финансовое состояние предприятия;
- выявить изменения в финансовом состоянии в пространственно-временном разрезе;
- установить основные факторы, вызывающие изменения в финансовом состоянии;
- оценить перспективу основных тенденций финансового состояния.

Число задач может увеличено в зависимости от тех целей, которые ставят перед собой пользователи финансовой информации.

При достижении аналитических целей исследования финансового состояния организации могут решаться следующие задачи [4]:

- предварительный обзор бухгалтерской отчетности;
- характеристика имущества предприятия: внеоборотных и оборотных активов;
- оценка финансовой устойчивости;
- характеристика источников средств: собственных и заемных;
- анализ прибыли и рентабельности;
- разработка мероприятий по улучшению финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Анализ экономической деятельности позволяет получать показатели, которые являются основой комплексного анализа и оценки организации как эмитента ценных бумаг и получателя кредитных ресурсов. Устойчивое финансовое состояние организации и хорошие финансовые результаты могут определять её конкурентоспособность, гарантировать реализацию интересов партнеров в ходе возникающих финансовых отношений. Финансовое положение организации является результатом управления, представляя комплексную оценку всей её финансово-хозяйственной деятельности.

Бухгалтерская отчетность хозяйствующих субъектов является основным средством коммуникации и важнейшим элементом





информационного обеспечения финансового анализа. Насколько привлекательны опубликованные финансовые результаты, показывающие текущее и перспективное финансовое состояние предприятия, настолько высока и вероятность получения дополнительных источников финансирования. Основное требование к информации, представленной в отчетности, заключается в том, чтобы она была полезной для пользователей, т.е. чтобы эту информацию можно было использовать для принятия обоснованных деловых решений [5].

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий, как самостоятельная наука возник из необходимости принятия оптимальных и прогрессивных решений для улучшения их финансового состояния. А использование результатов анализа финансового состояния относится к одному из важнейших условий успешного управления организацией, поскольку результаты деятельности в любой сфере предпринимательства зависят от наличия и эффективности использования финансовых ресурсов.

Главная цель анализа – своевременно выявлять и устранять недостатки в финансовой деятельности и находить резервы улучшения финансового состояния и платежеспособности организации. Основным содержанием анализа финансового состояния является комплексное и системное изучение этого состояния и влияющих на него факторов, а также прогнозирование уровня доходности капитала. Именно финансовое состояние, устойчивость организации во многом зависят от оптимальности структуры, источников капитала, от соотношения в активах основных и оборотных средств, а также от уравновешенности по функциональному признаку активов и пассивов организации.

Если текущая платежеспособность – это внешнее проявление финансового состояния организации, то финансовая устойчивость – внутренняя сторона, обеспечивающая стабильную платежеспособность в длительной перспективе, в основе которой лежит сбалансированность активов и пассивов, доходов и расходов, положительных и отрицательных денежных потоков [6].

Финансовая устойчивость предприятия – это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его платежеспособность и инвестиционную привлекательность в долгосрочной перспективе в границах допустимого уровня риска. Устойчивое финансовое состояние достигается при достаточности собственного капитала, рациональном качестве активов, достаточно уровне рентабельности с учетом операционного и финансового риска, достаточности ликвидности, стабильности доходов и при наличии широких возможностей привлечения заемных средств.





Для максимизации прибыли организации необходимо эффективно управлять капиталом с учетом результатов анализа её финансового состояния. Повышение эффективности деятельности сопряжено с обоснованным принятием управленческих решений в областях распределения финансовых ресурсов, формирования активов и пассивов, обеспечения организации всеми видами ресурсов.

В условиях рынка залогом выживаемости и стабильного положения организации служит достижение её финансовой устойчивости. Финансовая устойчивость отражает такое финансовое состояние организации, при котором благодаря эффективному использованию ресурсов, денежных средств обеспечивается бесперебойный хозяйственный процесс в ходе приобретения, производства, реализации продукции (работ, услуг).

Список использованных источников:

1. Давлетшина С. М., Мендель О. П. ценка финансового состояния организации (предприятия): учебное пособие / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. – Уфа: УГАТУ, 2021. - 153 с.

2. Аскеров П. Ф. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности организации: Учеб. пос. / П.Ф. Аскеров, И.А. Цветков и др.; Под общ. ред. П.Ф. Аскерова – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 176 с.

3. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория анализа хозяйственной деятельности. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2022. - 415 с.

4. Ильясов Г.Г. Как улучшить финансовое состояние предприятия// Финансы. 2014. №10. С. 70.

5. Васильева Л.С. Финансовый анализ: Учебник / Л.С. Васильева, М.В. Петровская. – М.: КНОРУС, 2013.- 501с.

6. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: Учебник / Под ред. В.Я. Позднякова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 617 с.

© Цветков А.А., 2023

УДК 338.1

**СУЩНОСТЬ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА:
ВЛИЯНИЕ НА ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ**

Цезарь Армандо Нунес Е., Кузьмин А.Н.

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

Цифровизация как концепция экономической деятельности, основанная на цифровых технологиях, последние годы получает все большую популярность, как в научной среде, так и в бизнес-сфере.





Появляется необходимость получения ответов на вопросы «Как процесс цифровой трансформации нашего общества влияет на бизнес и социум?», а также «Как происходит процесс управления организациями в новых условиях цифровой трансформации?».

Автор данной статьи выделяет следующие сферы влияния цифровизации на экономику и существующие в ней индустрии:

1. Цифровизация инновационных технологий.
2. Рост производительности труда.
3. Увеличение спроса на квалифицированные кадры.

Прежде чем углубляться в перечисленные тенденции цифровизации, необходимо привести определения цифровизации, цифровой трансформации и цифровой экономики.

В настоящее время ни в нормативно-правовых документах, ни в научной литературе не представлено единого определения «цифровая трансформация» [1]. Gartner Glossary выделяет три взаимосвязанных понятия, относящихся к цифровизации [2]:

digitization – оцифровка – «процесс перехода от аналоговой формы к цифровой» (например, ведение рабочих баз данных в Excel или Google таблицах);

digitalization – цифровизация – «использование цифровых технологий для изменения бизнес-модели и предоставления новых возможностей для получения доходов и создания ценности; это процесс перехода к цифровому бизнесу»;

digital transformation – цифровая трансформация – «может относиться ко всему, от IT модернизации (например, облачных вычислений) до цифровой оптимизации и изобретения новых цифровых бизнес-моделей».

Цифровизация как процесс лежит в основе цифровой экономики. Цифровизация делает возможным использование новейших технологий для лучшего и более быстрого выполнения операций, а также позволяет использовать технологии для деятельности, которая в прошлом была невозможна [3].

Цифровая трансформация (ЦТ) превратилась из технологической возможности в чистую необходимость для удовлетворения потребностей и ожиданий растущего населения мира. Суть цифровой трансформации общества заключается в использовании современных технологий и цифровых инструментов для увеличения производительности, улучшения качества жизни людей и создания новых возможностей для развития бизнеса и общества в целом. Суть цифровой трансформации бизнеса во внедрении новых технологий и цифровых инструментов в организации, направленный на улучшение и оптимизацию бизнес-процессов и деятельности компании в целом.





Технологические достижения четвертой промышленной революции оказали серьезное влияние на деловую среду и ее участников, которые полностью перешли на использование цифровых технологий, соединив промышленные технологии с цифровыми. В чем оно заключается? «Цифровизация» оказала влияние: во-первых, на способы организации и ведения бизнеса, его маркетинговые стратегии; во-вторых, на обеспечение бизнеса ресурсами; в-третьих, на производственные и на трансакционные издержки (организационные, управленческие, коммуникационные, расходы на получение, обработку и хранение информации), которые в цифровой сфере резко снижаются либо вообще исчезают; в-четвертых, на сетевой эффект и эффект масштаба, которые становятся глобальными [4].

Автора данной статьи интересует менеджмент организаций в условиях четвертой промышленной революции. Далее дается определение. Менеджмент 4.0 – это современная концепция управления организацией, которая предполагает активное использование цифровых технологий и инновационных подходов в бизнес-процессах, стратегическом планировании, принятии решений и управлении персоналом.

Подход менеджмента 4.0 основывается на концепции «Индустрия 4.0», которая описывает новый этап развития производства, связанный с цифровыми технологиями, автоматизацией и использованием данных. В рамках менеджмента 4.0, цифровые технологии используются не только в производственном процессе, но и в управлении компанией в целом.

Менеджмент 4.0 следует таким принципам:

1. Цифровая трансформация бизнеса: использование цифровых технологий и данных для управления бизнесом.
2. Ориентация на клиента: сосредоточение на потребностях клиентов и их удовлетворении.
3. Адаптивность и гибкость: быстрое реагирование на изменяющиеся условия рынка и окружающей среды.

В современных условиях перед руководителями организаций стоят новые вызовы, связанные с внедрением новых технологий в бизнес-процессы, созданием инновационной культуры и повышением эффективности работы персонала. По мнению автора цифровая трансформация приводит к изменению структуры менеджмента в нескольких аспектах: расширение функций менеджмента; изменение роли менеджера; создание гибкой структуры; развитие культуры инноваций.

Цифровизация оказывает существенное влияние на менеджмент организации. В условиях цифровой экономики менеджерам необходимо управлять большим объемом информации и принимать решения на основе данных, собранных с помощью цифровых технологий.





Цифровая трансформация экономики – это процесс использования цифровых технологий для модернизации и оптимизации различных аспектов экономики в целом и бизнес-моделей отдельных компаний в частности. В результате этой трансформации происходит переход от классической модели бизнеса к более гибкой, цифровой модели, которая позволяет удовлетворять потребности клиентов и снижать издержки.

Кроме того, цифровая трансформация экономики предполагает перемещение фокуса с традиционных бизнес-моделей на более виртуальные и цифровые. Хороший пример – это секторы, связанные с виртуальными магазинами и услугами.

Цифровая трансформация, как правило, может включать следующие компоненты: применение в работе искусственного интеллекта; применение интернет вещей; применение технологии больших данных; использование Блокчейна; использование облачных технологий; использование роботов в повторяющихся и программируемых задачах; использование онлайн площадок для продажи своих товаров или услуг.

В целом, цифровая трансформация экономики обеспечивает более высокий уровень эффективности и инноваций, предоставляет новые возможности для бизнеса.

Цифровые технологии, которые применяются в экономиках различных стран (рис. 1) [5].



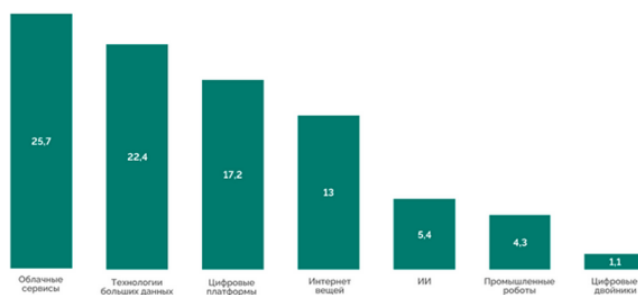
Источник: по материалам (OECD, 2019_[2]) и (OECD, 2021_[3]).

Рисунок 1 – Устоявшиеся и новые цифровые технологии применяемые в экономиках различных стран

В России задокументировано использование почти всех из вышеперечисленных цифровых сервисов (рис. 2) [6].

По данным, представленным на графике (рис. 2), можно увидеть, что доля организаций, использующих отдельные цифровые технологии, составила не менее 25% по итогам 2020 года. Технологией являлись облачные сервисы, которые организации использовали для хранения и обмена информацией.





Источник: НИУ ВШЭ

Рисунок 2 – Доля организаций, использующих отдельные цифровые сервисы в России

Управление организацией в условиях цифровой экономики отличается от традиционного подхода к управлению. Все больше организаций переходят на цифровые технологии, чтобы автоматизировать бизнес-процессы, улучшить качество своих продуктов и услуг, повысить эффективность управления и сократить издержки.

Если обратиться к научной литературе и попробовать определить какой из подходов менеджмента больше применим для описание управления организацией в условиях цифровой трансформации, наиболее применимыми будут системный и информационный подходы. Так как эти подходы предполагает комплексное рассмотрение организации как открытой системы и рассматривают информацию как ключевой фактор для управления организации.

Системный подход – это методологический подход к управлению, основанный на принципах системного мышления к анализу и управлению. Можно выделить следующие основные принципы системного управления организацией в условиях цифровой экономики.

Основные принципы системного менеджмента:

1. Системное мышление – понимание организации как сложной динамической системы, состоящей из взаимосвязанных и взаимозависимых элементов.

2. Ориентация на целостность – управление организацией как единой целостностью, а не как совокупностью отдельных функциональных единиц.

3. Анализ и управление процессами – управление бизнес-процессами и их оптимизация.

4. Анализ и управление информацией – информационные системы, позволяющие эффективно управлять организацией.

5. Оптимизация структуры – настройка организационной структуры и процессов под целевые задачи.





6. Командная работа – управление курсом дел и выполнением задач командой.

7. Ориентация на клиента – управление с учетом потребностей потребителей продукции и услуг.

Информационный подход подразумевает, что в соответствии с ним функционирование систем или объектов рассматривается с точки зрения преобразования, хранения, обмена, выдачи и использования информации, необходимой для достижения цели функционирования.

Главным принципом информационного подхода является использование максимального количества информации для принятия решений. Информационные системы используются для сбора и анализа данных, формирования отчетности и создания информационных баз, на основе которых руководство может принимать решения.

Основные преимущества информационного подхода в управлении организацией:

1. Доступность и целостность информации: при использовании информационных технологий, руководству организации становится доступной актуальная информация о процессах, операциях и персонале.

2. Быстрота принятия решений: благодаря автоматизации процессов сбора и анализа информации, руководство организации может быстрее принимать решения.

3. Улучшение качества принятия решений: информационный подход позволяет использовать больше данных и, следовательно, лучше оценить последствия принимаемых решений.

4. Оптимизация процессов: благодаря информационным системам руководство организации может более эффективно управлять ресурсами и оптимизировать процессы внутри компании.

Таким образом, применение современных технологий информационной обработки и анализа данных может помочь организации оптимизировать деятельность и управление бизнесом при совмещении системного и информационных подходов.

Список использованных источников:

1. Зайченко И.М., Горшечникова П.Д., Лёвина А.И., Дубгорн А.С. Цифровая трансформация бизнеса: подходы и определение // Экономика и экологический менеджмент. - 2020. - №2 - С. 205-212.

2. Gartner: Gartner Glossary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gartner.com/en/glossary> (дата обращения: 05.05.2023).

3. Скляр М.А., Кудрявцева К.В. Цифровизация: основные направления, преимущества и риски // ЭВР. - 2019. - №3 - С. 103-114.





4. Сафрончук М.В. Влияние цифровой трансформация на бизнес и деловую среду // Экономика и управление: проблемы, решения - 2018. - №2 - С. 38-44.

5. OECD: Поддержка цифровой трансформации бизнеса в странах восточного партнерства вследствие пандемии covid-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/WebBeyond%20COVID-19%20Advancing_digital_business.pdf (дата обращения: 06.05.2023).

6. СБЕР Про: Ценные данные. Как в 2021 году происходит цифровая трансформация бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sber.pro/publication/tsennye-dannye-kak-v-2021-godu-proiskhodit-tsifrovaia-transformatsiia-biznesa> (дата обращения: 06.05.2023).

© Цезарь Армандо Нунес Е., Кузьмин А.Н., 2023

УДК 51-7

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИОННЫХ ЗАДАЧ О НАЗНАЧЕНИЯХ

Цепенникова А.В., Гвоздкова И.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Одной из наиболее распространенных оптимизационных задач в сфере управления персоналом и производством является задача о назначениях (ЗН) [1, 2]. Сущность такой задачи заключается в распределении некоторого объема работ между исполнителями так, чтобы выполнить эти работы с минимальными затратами или максимальной выгодой. При этом считаются известными производительность труда исполнителей, которыми могут быть как работники, так и оборудование, и финансовые затраты (или доход), связанные с выполнением каждым исполнителем определенной работы в единицу времени.

Для постановки задачи о назначениях введем следующие обозначения: S_1, S_2, \dots, S_m – исполнители, которым за определенное время T надо выполнить n видов работ, объемы которых составляют N_1, N_2, \dots, N_n ; a_{ij} – объем работы j -го вида ($j = 1, 2, \dots, n$), который может выполнить исполнитель S_i ($i = 1, 2, \dots, m$) в единицу времени (т.е. производительность труда S_i по j -ому виду работы); c_{ij} – затраты (или доход), связанные с выполнением исполнителем S_i работы j -го вида в единицу времени; x_{ij} – время, в течение которого исполнитель S_i будет выполнять работу j -го вида.





Рассмотрим вариант задачи о назначениях, в которой нужно распределить работы между различными исполнителями так, чтобы суммарные затраты на их выполнение оказались минимальными. Тогда математическая модель рассматриваемой задачи будет иметь следующий вид:

$$x_{11} + x_{12} + \dots + x_{1n} \leq T,$$

$$x_{21} + x_{22} + \dots + x_{2n} \leq T,$$

.....,

$$x_{m1} + x_{m2} + \dots + x_{mn} \leq T,$$

$$a_{11}x_{11} + a_{21}x_{21} + \dots + a_{m1}x_{m1} = N_1,$$

$$a_{12}x_{12} + a_{22}x_{22} + \dots + a_{m2}x_{m2} = N_2,$$

.....,

$$a_{1n}x_{1n} + a_{2n}x_{2n} + \dots + a_{mn}x_{mn} = N_n,$$

$$x_{ij} \geq 0, i = 1, 2, \dots, m, j = 1, 2, \dots, n,$$

$$F(X) = c_{11}x_{11} + c_{12}x_{12} + \dots + c_{1n}x_{1n} + c_{21}x_{21} + c_{22}x_{22} + \dots + c_{2n}x_{2n} + \dots + c_{m1}x_{m1} + c_{m2}x_{m2} + \dots + c_{mn}x_{mn} \rightarrow \min,$$

где $F(X)$ – суммарные затраты на выполнение всей работы, $X = (x_{11}, x_{12}, \dots, x_{1n}, x_{21}, x_{22}, \dots, x_{2n}, \dots, x_{m1}, x_{m2}, \dots, x_{mn})$ – план загрузки исполнителей, который требуется определить.

Если коэффициенты a_{ij} и c_{ij} являются постоянными величинами, то приведенная задача является задачей линейного программирования (ЗЛП) [1-3]. ЗЛП – это задача нахождения экстремальных значений линейной функции, в общем случае зависящей от некоторого числа переменных, на которые наложены определенные линейные ограничения в виде уравнений и/или неравенств. Экстремум линейной функции в области, задаваемой ограничительными соотношениями, достигается на ее границе.

К электронным ресурсам решения ЗЛП относятся алгоритмы, встроенные в онлайн-калькуляторы, которые размещены в Интернет на соответствующих сайтах; инструменты табличного процессора MS Excel; программы, написанные на языках программирования высокого уровня (например, на языке Python) и основанные на математических подходах линейной алгебры [2, 4].

В наиболее простом варианте задачи о назначениях каждый исполнитель может быть назначен на выполнение любой одной работы из некоторого перечня, а каждая работа может быть выполнена только одним исполнителем из определенного состава (т.е. могут быть недопустимые назначения). При этом нужно распределить работы так, чтобы выполнить их либо с минимальными затратами, либо с максимальной выгодой. Математическая модель такой задачи о назначениях, которые осуществляются по принципу «одна работа – один исполнитель», имеет следующий вид:





$$x_{11} + x_{12} + \dots + x_{1n} \leq 1,$$

$$x_{21} + x_{22} + \dots + x_{2n} \leq 1,$$

.....,

$$x_{m1} + x_{m2} + \dots + x_{mn} \leq 1;$$

$$x_{11} + x_{21} + \dots + x_{m1} \leq 1,$$

$$x_{12} + x_{22} + \dots + x_{m2} \leq 1,$$

.....,

$$x_{1n} + x_{2n} + \dots + x_{mn} \leq 1;$$

$$x_{ij} = 0, 1, i = 1, 2, \dots, m, j = 1, 2, \dots, n;$$

$$F(X) = c_{11}x_{11} + c_{12}x_{12} + \dots + c_{1n}x_{1n} + c_{21}x_{21} + c_{22}x_{22} + \dots + c_{2n}x_{2n} + \dots + c_{m1}x_{m1} + c_{m2}x_{m2} + \dots + c_{mn}x_{mn} \rightarrow \min (\max);$$

где x_{ij} – переменные, принимающие значения 1, если i -й исполнитель назначается на j -ю работу, и 0, если данное условие не выполняется; c_{ij} – стоимость мероприятий, связанных с назначением i -го исполнителя на j -ю работу; $F(X)$ – целевая функции стоимости мероприятий, связанных с назначениями; $X = (x_{11}, x_{12}, \dots, x_{1n}, x_{21}, x_{22}, \dots, x_{2n}, \dots, x_{m1}, x_{m2}, \dots, x_{mn})$ – план распределения работ по исполнителям.

Если $m = n$, неравенства системы (2) будут уравнениями.

При $m \neq n$ будут либо незадействованные исполнители (если $m > n$), либо нераспределенные работы (если $m < n$).

Для решения задач о назначениях применяют симплексный метод, венгерский метод, метод потенциалов, метод обобщенного приведенного градиента (ОПГ) [1, 2].

В настоящее время для оптимизации назначений методами линейного программирования (ЛП) в сети Интернет в свободном доступе имеются два русскоязычных онлайн-калькулятора, использование которых не требует наличия у пользователей углубленных знаний в области информационных технологий и математических методов решения оптимизационных задач [1, 2, 5, 6]. В табл. 1 приведены их сравнительные характеристики.

Рассмотрим решение задачи об оптимизации распределения инспекторов определенной надзорной организации по проверяемым объектам, находящимся в различных городах, с целью минимизации суммарных командировочных расходов. Матрица тарифов такой 3Н вида «одна работа – один исполнитель», в которой указаны расходы (в у.е.) на рассматриваемые мероприятия, представлена в табл. 2.





Таблица 1 – Сравнительный анализ онлайн-калькуляторов для решения задач о назначениях методами линейного программирования. Систематизировано авторами на основе сведений, представленных в [1, 2, 5, 6].

Характеристики онлайн-калькулятора math.semestr https://math.semestr.ru/nazn/index.php	Характеристики онлайн-калькулятора венгерского алгоритма https://www.easycalculation.com/ru/operations-research/work-assignment.php
<ol style="list-style-type: none"> Нет требований по совпадению числа работ и исполнителей. Задачу можно решить методом потенциалов и с помощью венгерского алгоритма. Можно решать задачи на минимизацию затрат и максимизацию выгоды. Можно получить экономико-математическую модель и подробное решение задачи. Можно решать задачи с недопустимыми назначениями. Максимальное количество исполнителей – 10; максимальное количество работ – 10. Можно решать только ЗН вида «одна работа – один исполнитель». 	<ol style="list-style-type: none"> Число исполнителей и работ должно совпадать. Задачу можно решить только с помощью венгерского алгоритма. Используется только один критерий эффективности – минимизация затрат. Отсутствует ответ о величине минимальных затрат. Формальное отсутствие возможности решения задач с недопустимыми назначениями. Максимальное количество исполнителей – 12; максимальное количество работ – 12. Можно решать только ЗН вида «одна работа – один исполнитель».

Таблица 2 – Матрица тарифов задачи о распределении инспекторов по проверяемым объектам

Инспекторы	Проверяемые объекты		
	O1	O2	O3
И1	50	39	24
И2	40	51	32
И3	42	35	59
И4	38	25	20

На рис. 1 представлено пошаговое решение рассматриваемой задачи с помощью онлайн-калькулятора math.semestr, из которого следует оптимальная схема назначений с минимальными затратами, равными 89 у.е., и незадействованным исполнителем И3: И1→O3; И2→O1; И4→O2.

Решение задачи о назначениях выполняется в онлайн-режиме и оформляется в отчете формата Word (см. пример решения задачи о назначениях).

ИНСТРУКЦИЯ: Выберите размерность матрицы (количество вакансий и количество кандидатов). После ввода данных, создается шаблон решения в Excel (см. задача о назначениях в Excel).

Количество столбцов (вакансий)

Количество строк (кандидатов)

Далее Из Excel

Для любого недопустимого назначения в качестве стоимости указывайте # (двоеточие).

Матрица тарифов

50	39	24
40	51	32
42	35	59
38	25	20

Метод: Венгерский метод Целевая функция: Минимальные затраты

Составить экономико-математическую модель задачи
 Создать шаблон проверки в Excel

Далее Действия

Смп = 24 + 40 + 25 = 89
Путь: (1,3), (2,1), (3,4), (4,2)

Рисунок 1 – Решение ЗН вида «одна работа – один исполнитель» с минимальными затратами с помощью онлайн-калькулятора math.semestr. Источник: <https://math.semestr.ru/nazn/index.php>

Любому недопустимому назначению в матрице тарифов можно присвоить либо достаточно большое число в задачах о назначениях с минимизацией затрат, либо нулевое значение в задачах с максимизацией эффекта от назначений. Если матрица тарифов задачи о назначениях не является квадратной, то следует ввести дополнительные строки или





столбцы, а их элементам присвоить значения в зависимости от условий задачи так, чтобы данные альтернативы (работы или исполнители) не могли стать доминирующими по отношению к другим. Тогда указанная задача может быть решена не только с помощью онлайн-калькулятора math.semestr, но и с использованием онлайн-калькулятора венгерского алгоритма.

Из данных, приведенных в табл. 1, следует, что представленные онлайн-калькуляторы имеют ограниченные диапазоны для количества исполнителей и работ. Указанный недостаток может быть преодолен при реализации решения оптимизационных задач о назначениях в MS Excel.

Решение таких задач с помощью указанного электронного ресурса можно найти с использованием матричных функций, но данный способ является громоздким и плохо поддается автоматизации. Поэтому во всех версиях MS Excel был разработан специальный инструмент – надстройка «Поиск решения», позволяющая находить решение задач математического программирования [2].

Однако оптимизация назначений с использованием библиотечных функций MS Excel и инструмента «Поиск решения» представляет собой рутинный и достаточно трудоемкий процесс, требующий знания определенных встроенных функций [7] и навыков работы с надстройкой «Поиск решения» [8]. Для автоматизации нахождения решения ЗН с помощью указанной надстройки целесообразно использовать макрорекордер и/или программирование на языке VBA (Visual Basic for Application), встроенном в MS Excel [2].

На рис. 2 представлены исходные данные и решение задачи о назначениях, в которой требуется распределить на проверку 400 выпускных работ обучающихся среди пяти сотрудников таким образом, чтобы минимизировать стоимость всего заказа. Сотрудники имеют различную производительность труда и разные тарифные ставки. Работу необходимо выполнить в течение 7 дней.

Ограничениями в данной задаче будут общее количество проверяемых работ и максимальное время выполнения заказа. Кроме этого, количество работ, переданных на проверку каждому сотруднику, должно быть неотрицательным целым числом. Для решения рассматриваемой задачи была использована надстройка MS Excel «Поиск решения» и метод обобщенного приведенного градиента [1].





Распределение работ с ограничениями (время выполнения и целевые значения для количества проверяемых работ)							
Минимизируется стоимость заказа (целевая функция)							
3	ПЛАН, кол-во проверяемых работ:				400	ПУСК	
4	Для справки: для заданного количества работ время выполнения заказа (в днях) возможно от				3,54		
5					до		22,22
6	Максимальное время выполнения заказа, дней:				7		
8	Средняя производительность, шт./день	Гариф. ставка, руб./шт.	Количество переданных работ, шт.	Стоимость заказа, руб.	Время на выполнение заказа, дней		
9	Сотрудник 1	20	200	139	27800,00		6,95
10	Сотрудник 2	25	280	135	37800,00	5,40	
11	Сотрудник 3	18	180	126	22680,00	7,00	
12	Сотрудник 4	27	320	0	0,00	0,00	
13	Сотрудник 5	23	220	9	1980,00	0,39	
14	Сотрудник 6			0	0,00	0,00	
15	Сотрудник 7			0	0,00	0,00	
16	Сотрудник 8			0	0,00	0,00	
17	Сотрудник 9			0	0,00	0,00	
18	Сотрудник 10			0	0,00	0,00	
19	ИТОГО	113		400	88280,00	7,00	
20						Целевая ф-я	

Рисунок 2 – Решение задачи о распределении определенной работы между сотрудниками с ограниченным временем ее выполнения, полученное средствами MS Excel [1].

Анализ электронных средств, с помощью которых можно оптимизировать назначения, показал, что требуется развивать компьютерные алгоритмы реализации математических методов такой оптимизации в направлении роста доступности указанных технологий для более широкого круга пользователей, заинтересованных в повышении эффективности использования различных ресурсов.

Список использованных источников:

1. Гвоздкова И.А. Основы математического моделирования социально-экономических процессов: учебник. – Москва: КНОРУС, 2021.
2. Гвоздкова И.А, Курочкин А.В. Компьютерные технологии и математические методы оптимизации кадровой политики : монография. – М.: ИИЦ «АТиСО», 2019.
3. Гвоздкова И.А. Методы оптимальных решений. Учебное пособие. – М.: ИИЦ «АТиСО», 2017.
4. Цепенникова А.В., Гвоздкова И.А. Способы компьютерной реализации задач линейного программирования раскрытия материалов // Инновационное развитие техники и технологий в промышленности: сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2023. – С. 269 – 273.
5. Задача о назначениях. URL: <https://math.semestr.ru/nazn/index.php> (дата обращения: 20.04.2023).
6. Калькулятор венгерского алгоритма. URL: <https://www.easycalculation.com/ru/operations-research/work-assignment.php> (дата обращения: 23.04.2023).
7. Бутырский И.Д., Никульшина К.В., Гвоздкова И.А. Проектирование лабораторных работ для студентов вузов с использованием электронных ресурсов // Инновационное развитие техники





и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2022): сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Часть 3. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2022. С. 39 – 43.

8. Пакулин В.Н. Решение задач оптимизации управления с помощью MS Excel. – М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016.

© Цепенникова А.В., Гвоздкова И.А., 2023

УДК 504.062.2

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ ЗЕЛеной ЭНЕРГЕТИКИ КНР

Окороков Р.В., Цзян Саньцзы

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

Актуальность данного исследования обусловлена существенным увеличением доли зеленых источников энергии в мировой энергетике и в энергетической системе КНР, что вызывает заметные изменения в обеспечении устойчивого развития экономик и удовлетворении потребностей экономического и социального развития стран. Использование возобновляемых источников энергии (ВИЭ) для производства электроэнергии, таких как ветряные турбины, солнечные фотоэлементы и др., характеризуется отсутствием экологически вредных выбросов, способствует охране окружающей среды и климата планеты и сохраняет ограниченные запасы ископаемых углеродосодержащих ресурсов.

После развертывания крупномасштабных проектов зеленой энергетики, запущенных в США и Европе за последние десять лет, и подписания Парижского соглашения по климату для осуществления глобального энергетического перехода все страны активно развивают технологии зеленой энергетики для достижения целей устойчивого экономического развития, обеспечения доступности энергии и сохранения климата [1].

В 2020 г. Председатель КНР Си Цзиньпин озвучил на 75 Генеральной Ассамблее ООН цель развития энергетики КНР, которая заключается в достижении «углеродной нейтральности» в стране к 2060 г. после достижения пика к 2030 г. по выбросам углекислого газа. Обозначение цели достижения «углеродной нейтральности» придало





дополнительный импульс историческому процессу энергетической трансформации в КНР [2].

Целью исследования является анализ ситуации, сложившейся за последние годы в развитии систем зеленой энергетики КНР, и предложение рекомендаций по активизации процессов использования зеленых источников энергии в стране. Для достижения цели необходимо решить следующие задачи: проанализировать текущее состояние систем зеленой энергетики КНР; выявить существующие проблемы в развитии систем зеленой энергетики; определить направления дальнейшего совершенствования структуры систем зеленой энергетики для повышения эффективности энергосистемы Китая в целом. Методы исследования включают статистический анализ, синтез, конкретизацию, сравнение, систематизацию.

В 2021 г. общее потребление энергии в Китае достигло 5,24 млрд. ТСЕ (тонн угольного эквивалента) при среднегодовом темпе роста 9%. Установленная мощность вводимых в эксплуатацию тепловых электростанций, работающих на угле, снизилась за 20 лет с 265,6 млн. кВт в 2002 г. до 133,2 млн. кВт в 2021 г., их доля падала непрерывно каждый год. Новые же ежегодные вводы мощностей зеленой электроэнергетики увеличивались с 91,0 млн кВт в 2002 г. до 108,3 млн кВт в 2021 г. с ростом от 25,5% в 2002 г. до 45,4% в 2021 г. [3].

Анализ развития отдельных видов зеленой энергетики в Китае с 2002 по 2021 гг. показывает, что установленная мощность объектов гидроэнергетики увеличилась с 86,1 млн. кВт в 2002 г. до 390,3 млн. кВт в 2021 г. при среднем годовом темпе роста 8,4%. Установленная мощность ядерной энергетики, характеризующейся низкими выбросами парниковых газов, увеличилась с 9,7 млн. кВт в 2008 г. до 53,3 млн. кВт в 2021 г.

Установленная мощность электростанций энергосистемы Китая, использующих энергию ветра, солнца и биомассы быстро растет, при этом средний годовой темп роста производства энергии ветра и биомассы составил более 30%, а установленная мощность солнечных электростанций увеличилась с 30000 кВт в 2009 г. до 379800000 кВт в 2021 г. при совокупном годовом темпе роста более 200% (рис. 1). Из данных рис. 1 также следует, что хотя абсолютная величина установленной мощности ГЭС увеличилась, ее доля в общей установленной мощности в Китае с 2002 по 2021 гг. немного снизилась: с 24,1% в 2002 г. до 16,4% в 2021 г. Доля установленной мощности ветровой и солнечной энергии неуклонно растет в общей энергетической мощности: доля ветровой энергии выросла с 1,1% в 2008 г. до 13,8% в 2021 г., а доля солнечной энергии с 0,2% в 2011 г. до 12,9% в 2021 г. Доля установленных мощностей по выработке электроэнергии из биомассы постепенно увеличилась с 0,1% в 2009 г. до





1,6% в 2021 г., доля атомной энергетики при этом остается относительно стабильной на уровне около 4,5% в последние годы [4].

Что касается производства электроэнергии в Китае, то в 2021 г. оно составило 8376,89 млрд. кВт.ч при среднегодовом темпе роста 9% за 20 лет. Генерация электроэнергии на тепловых электростанциях, работающих на угле, выросла с 135,2 млрд. кВт.ч в 2002 г. до 564,6 млрд. кВт.ч в 2021 г., но при этом ее доля постоянно снижалась с 81,7% в 2002 г. до 67,4% в 2021 г. Производство зеленой электроэнергии выросло за эти годы с 302 млрд. кВт.ч в 2002 г. до 2730,5 млрд. кВт.ч в 2021 г., причем доля зеленой энергии постоянно увеличивалась с 18,3% в 2002 г. до 32,6% в 2021 г.

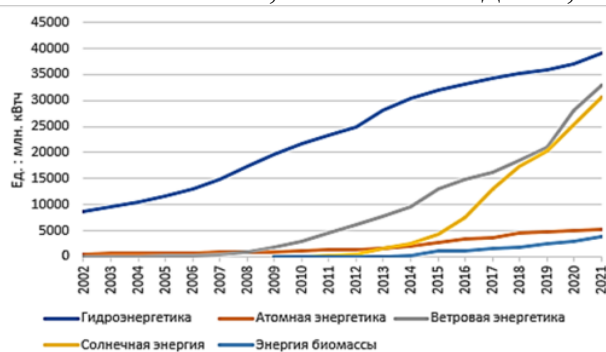


Рисунок 1 – Динамика роста установленной мощности зеленой энергетики в Китае [4]

Анализ динамики производства зеленой электроэнергии в Китае за 2002-2021 гг. показывает (рис. 2), что формирование гидроэнергетических мощностей активно осуществлялось уже в первое десятилетие 21 века, а все остальные виды зеленой энергетики, кроме гидроэнергетики, стали развиваться в больших масштабах, в основном, начиная с 2008 г. Как видно из данных рис. 2, для всех видов зеленой энергетики в Китае характерны высокие темпы роста, причем быстрее всего производство электроэнергии росло на базе солнечной энергетики – с 700 млн. кВт.ч в 2007 г. до 655,6 млрд. кВт.ч в 2021 г., что продемонстрировало среднегодовой рост в 105,9%, за ней следуют ветроэнергетика, биомасса и атомная энергетика со среднегодовым темпом роста в 31,4%, 27,1% и 16,0% соответственно. Темпы роста гидроэнергетики были более стабильны – среднегодовой прирост составлял 7,7%.

С 2002 по 2021 гг. доля производства электроэнергии большой гидроэнергетикой КНР незначительно колебалась, в основном, около 16%. Доля ветровой и солнечной энергии неуклонно росла, особенно энергия ветра. Доля выработки электроэнергии ветряками увеличилась с 0,4% в 2008 г. до 7,8% в 2021 г. при среднегодовом темпе роста 0,6%. Доля солнечной энергии увеличилась с 0,1% в 2002 г. до 3,9% в 2021 г. Следует отметить также прирост мощностей атомной энергетики, но доля выработки электроэнергии на АЭС за последние три года практически не





изменилась. Доля производства электроэнергии из биомассы постепенно увеличивалась с 0,3% в 2012 г. до 2,0% в 2021 г.



Рисунок 2 – Динамика производства зеленой электроэнергии в Китае [4]

Подводя итог проведенного исследования, можно сделать следующие выводы:

1. Развитие систем зеленой энергетики – это важный путь для энергетической отрасли к решению проблем загрязнения окружающей среды и достижению пиковой углеродной нейтральности к 2060 г., он стал сегодня в КНР ключевым направлением развития электроэнергетики [5].

2. Становление систем зеленой энергетики Китая за последние 20 лет достигло ряда выдающихся успехов и уже сыграло важную роль в низкоуглеродной трансформации, сохранении ресурсов и защите окружающей среды.

3. В настоящее время развитие систем зеленой энергетики в Китае все еще сталкивается с некоторыми трудностями и проблемами, в частности, масштабы производства зеленой энергии ограничены и пока не могут полностью удовлетворить потребности экономического развития; структура генерирующих источников энергоснабжения неоптимальна: в настоящее время угольная энергетика по-прежнему занимает первое место в энергетической структуре Китая (67%), а доля генерации зеленой электроэнергии составляет всего 14% (без учета крупной гидроэнергетики).

Повышение эффективности энергосистемы КНР будет заключаться в увеличении доли ВИЭ при одновременном применении традиционных и зеленых источников энергии, что потребует определения оптимальной доли каждого из видов энергии, особенно учитывая нестабильность получения энергии из ВИЭ [6].

Поэтому необходимо проведение дальнейших исследований, связанных с определением рациональной структуры энергетической отрасли Китая в обеспеченности энергоресурсами, статуса угля в энергетике и экономике, а также значения угольной энергетике как фундамента энергетической безопасности. На основе четкого понимания





энергетической структуры и ресурсообеспеченности Китая, а также базовой роли угольной энергетики, необходима дальнейшая оптимизация средне- и долгосрочного развития электроэнергетики Китая с учетом интенсивного развития зеленых энергетических технологий. Однако следует отметить, что в среднесрочной перспективе умеренное развитие угольной энергетики в КНР сохранится, чтобы принципиально не изменилась базовая позиция угольной энергетики в обеспечении энергетической безопасности страны [7].

Список использованных источников:

1. Панина А. Климатическая повестка: Версия 2.0. Энергетическая политика. 2021. №. 6(160). [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://energypolicy.ru/klimaticheskaya-povestka-versiya-2-0/energetika/2021/14/16/> (дата обращения: 3.05.2023)

2. Li Qiubai, Wang Sheng, Zhang Yaping. Risk challenges and countermeasure suggestions for China's power industry to cope with carbon peaking. 能源研究与利用. – 2022. – С. 48-51.

3. Wang Sheng. China's «14th Five-Year Plan» coal power development trend and environmental protection focus analysis. 环境保护. –2020. – С. 61-64.

4. China Statistical Yearbook (2022). [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/2022/indexeh.htm> (дата обращения: 2.05.2023)

5. Wang Shaohong. Status, challenges and breakthroughs of China's energy transition under the peak carbon target. 价格理论与实践. – 2021. – С. 82-86.

6. Лэй Синь. Особенности получения, передачи и потребления энергии при построении системы зеленой энергетики // Молодежная неделя науки ИПМЭиТ. Сб. трудов Всероссийской научно-учебной конференции. – СПб: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС. – 2021. – С. 109-112.

7. О कोरोков Р.В., Сюй Хао. Развитие угольной энергетики в Китае: текущее состояние и перспективы // Закономерности и тенденции инновационного развития общества. Сб. статей Международной научно-практической конференции. – Казань: ООО ОМЕГА САЙНС. – 2020. – С. 121-124.

© О कोरोков Р.В., Цзян Саньцзы, 2023





УДК 330.34.014.2

ЭКОНОМИКА РОССИИ В ПЕРИОД САНКЦИЙ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Чепёлкина А.Д., Левченко П.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

За последние десять лет в отношении России было введено более 15 тысяч санкций, именно такое отношение недружественных стран, сподвигло нашу страну на пересмотр экономической политики и почти всех процессов взаимодействия при импорте и экспорте товаров.

Перестройка производств, связанных с созданием продуктов потребления, возведение новых фабрик и заводов и перенаправление денежных потоков, всё это активные действия государства на агрессию со стороны Америки и стран Европы.

Рассмотрим некоторые меры, которые были предприняты для поддержки бизнеса, а также возможные направления развития движения экономики.

Негативное воздействие санкций на Российскую экономику заставляет правительство создать комплекс мер способных противостоять санкциям и стабилизировать дальнейшее экономическое положение в РФ, а именно: спонсирование малого бизнеса при поддержке государства; оптимизация банковских систем; спонсирование и развитие отечественных отраслей, производящих продукцию аналогичную заграничным товарам; улучшение качества продукции в конкурентной среде; открытие доступа отечественных производителей к более широкому кругу потребителей; поиск новых потребителей Российского сбыта [1].

Согласно правительственному закону (Федеральный закон от 08.03.2022г № 46-ФЗ), специальное регулирование касается корпоративных отношений, стимулирования деятельности арендаторов, приостановивших деятельность в РФ, а также ряда иных сфер экономики для снижения негативных последствий недружественных действий иностранных государств и международных организаций.

В условиях непрекращающегося потока ограничивающих мер, направленных на сдерживание развития экономики России, Государственной Думой РФ был принят в трёх чтениях закон, в рамках которого на период текущего года продлевается специальное антисанкционное регулирование в экономике (Законопроект № 222860-8 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской





Федерации и приостановлении действия отдельных положений законодательных актов Российской Федерации»). Более сорока мер поддержки по целому ряду направлений продолжают своё действие в 2023 году.

В частности, к ним относятся, нормы, которые позволяют не учитывать снижение стоимости чистых активов акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью ниже размера их уставного капитала. То есть АО и ООО смогут избежать ликвидации, даже если стоимость их активов опустится ниже размера уставного капитала, к тому же предлагается сохранить возможность взимания справедливой платы с арендаторов из недружественных стран, которые закрыли свои магазины, но продолжают занимать помещения. Они зачастую не несут серьезных расходов, поскольку по договору обязаны выплачивать хозяевам площадей долю с оборота. Для таких компаний предлагается установить платеж в размере среднемесячной оплаты за прошлый год или разорвать договор аренды в одностороннем порядке.

Действие закона ко всему прочему касается мер, упрощающих разрешительные, квалификационные и лицензионные процедуры, регламентирующие особенности правового режима при осуществлении закупок для госнужд, а также в сфере осуществления страховой деятельности в РФ.

На 2023 год также предлагается продлить особенности регулирования трудовых вопросов, оказания социальной помощи и пенсионного обеспечения, соцстрахования и введения мер, защищающих права граждан, обучавшихся за границей и вынужденных прекратить обучение.

Помимо продления мер поддержки граждан и бизнеса, в сферы градостроительства, внешнеторговой деятельности, трудовых отношений, госконтроля, разрешительной деятельности, госзакупок, транспорта, перевозок и оказания социальной помощи вносятся поправки, которые облегчат регулирование процессов непосредственно с ними связанных [2].

Анализируя рассмотренные выше меры правительства по обеспечению стабильности развития страны в условиях санкций, можно сделать определенные выводы о возможностях развития экономики России в ближайшем будущем.

В рамках оптимального сценария ожидается по степенное замещение импорта посредством одновременного реструктурирования российского реального сектора и умеренных поставок импортной продукции из стран, не входящих в российский санкционный ограничительный список, а также развитие отраслей, способных максимально заместить потери от





сокращения объемов импорта, ускорение процессов разработки и внедрения собственных технологий.

С начала 2023 года реализуется предполагаемый план развития экономических процессов: продолжается работа по трансформации и переориентации финансового и внешнеторгового секторов. Налаживаются альтернативные цепочки поставок, развиваются отношения с новыми торговыми партнёрами и укрепляются с имеющимися. Граждане настроены более оптимистично по поводу экономических перспектив.

В настоящее время экономика России проходит сложный путь структурной трансформации и преобразования, который продлится не один год. Потребуется огромные ресурсы, время на выстраивание новых отношений и цепочек. Кроме внутренних проблем, существуют риски внешнего воздействия и появления «чёрных лебедей», которые могут существенно изменить вектор развития российской экономики [3]. «Черный лебедь» – это совокупность характеристик процесса прогнозирования различного рода событий, которые включают в себя неожиданность появления; масштабность воздействия; наличие рационального объяснения в ретроспективном приближении.

В перспективе необходима дополнительная помощь государства для развития промышленности, дальнейшего импортозамещения, развития IT-сферы и прочих сфер экономики, что окажет положительное влияние на создание новых рабочих мест, повышение благосостояния населения, рост объемов производства, что, в свою очередь, повлияет на рост ВВП. Также снижение ключевой ставки ЦБ РФ, сокращение уровня инфляции повлияют на развитие экономики России и ее укрепление [4].

Таким образом, введенные санкции зарубежных стран против России имеют положительные и отрицательные стороны. Наша страна, хоть и получила некоторые проблемы, в связи с переориентацией бизнес-процессов, логистических поставок и других, объединенных с ними направлений, смогла извлечь значительную пользу, начав увеличение числа собственных производств и сделав огромный шаг на пути полного самообеспечения во всех сферах общества в целом и экономики в частности.

Список использованных источников:

1. Современные условия преодоления санкций в Российской Федерации <https://vc.ru/finance/63163-sovremennye-usloviya-preodoleniya-sankciy-v-rossiyskoy-federacii> (дата обращения: 02.05.2023)
2. <https://мойбизнес.пф/новости/news/gosduma-prodlila-mery-podderzhki-biznesa-v-period-sanktsiy/> (дата обращения: 02.05.2023).
3. «Открытый журнал» <https://journal.open-broker.ru/research/vvp-rossii-v-2023-godu/> (дата обращения: 02.05.2023).





4. Влияние санкций на развитие экономики России: возможности и ограничения Любовцева Е.Г., Гордеева И.А. <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sanktsiy-na-razvitie-ekonomiki-rossii-vozmozhnosti-i-ogranicheniya> (дата обращения: 02.05.2023).

© Чепёлкина А.Д., Левченко П.А. 2023

УДК 336.71

БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА В ПЕРИОД САНКЦИЙ: ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ

Чепёлкина А.Д., Усачева А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Современный мир меняется с невообразимой скоростью, против экономического развития России вводятся десятки, сотни санкций, которые меняют политику государства. Банковская система в стране является одним из регуляторов финансово-кредитной политики государства, через неё проходят основные денежные средства. Грамотная работа банков важна, и в условиях перестройки системы управления нужно не только адаптироваться к враждебным действиям, но и вводить инновационные решения, которые смогут повысить экономическую устойчивость страны.

Существующая банковская система включает в себя Центральный банк (ЦБ), коммерческие банки и небанковские коммерческие организации. Банки и организации осуществляют основную часть операций с национальной валютой, перераспределяя государственные финансы.

После первых пакетов санкций, введенных против крупнейших банков и организаций страны, ЦБ создал наиболее удобные условия для поддержки существующих компаний и упрочнения их положения на рынке. Это привело к определенной стабилизации экономических процессов, связанных с потоками денежных средств и их распределением, что значительно облегчило адаптацию финансовой системы. Для более четкого понимания принимаемых решений рассмотрим подробнее действия банков и Правительства РФ по увеличению устойчивости собственной системы.

В период кризисных ситуаций президент России В.В. Путин вводил меры поддержки банковского сектора, отдельных банков и их клиентов и всей экономики в целом. Например, 28 февраля 2022 г. вышел Указ





Президента Российской Федерации о специальных экономических мерах в связи с недружественными действиями США, в которых предусмотрены: обязательная продажа иностранной валюты в размере 80% от величины, зачисленной на 01.01.2022 г.; запрет на предоставление резидентами в пользу нерезидентов иностранной валюты по договорам займа; запрет на зачисление валюты на счета и вклады резидентов в зарубежных банках и брокерам и на совершение перевода иностранными компаниями без открытия счета; запрет на выкуп акций публичными акционерными обществами ранее 1 мая 2022 года и установление специальных ограничений; запрет на открытие финансовыми организациями счетов физическим лицам без их очного присутствия [1].

Введены отдельные меры поддержки Российской Федерации, например, Указом Президента Российской Федерации о мерах финансовой стабильности предусмотрен запрет на предоставление нерезидентам кредитов и займов в рублях; запрет для иностранных лиц на операции с ценными бумагами и недвижимостью; запрет на вывоз иностранной валюты в размере больше эквивалента в 10000 долларов США [2]. Введены отдельные виды дополнительных мер по обеспечению финансовой стабильности в сфере валютного регулирования, налоговые меры поддержки и другие мероприятия [3, 4]. Целый ряд мер предусмотрен в предписаниях Банка России на фондовом и валютном рынке.

Для обеспечения финансовой стабильности банковской системы президент может устанавливать особый порядок валютных операций между резидентами и нерезидентами. Во власти президента устанавливать запрет, а также ограничения на проведение валютных операций и введение процедуры получения специальных разрешений на осуществление таких операций.

Начиная с 8 сентября 2022 г., банки, находящиеся под санкциями, вновь могут исполнять свои валютные обязательства перед компаниями-резидентами в рублях. Речь идет об операциях по договорам банковского счета либо вклада. Данное положение не является новацией, оно уже действовало ранее, до 1 сентября 2022 г. (указ Президента от 18.03.2022 № 126). Теперь нет временных рамок в части действия указанного порядка. Для того чтобы пересчитать валютные обязательства в рубли, банки будут брать официальный курс ЦБ РФ по соответствующей иностранной валюте на день исполнения обязательств (п. 5 указа № 618).

К подсанкционным банкам относятся, например, Альфа-Банк, Московский кредитный банк, Газпромбанк, ВТБ, Россельхозбанк, Совкомбанк, Промсвязьбанк, Сбербанк, Банк Россия, Открытие, Новикомбанк.





Если у компании есть валюта в подсанкционных банках, то банки переведут свои валютные обязательства в рубли. Помимо продления данного порядка, указом Президента № 618 Минфин наделен правом давать официальные разъяснения по его действию.

С началом 2023 года было принято решение отменить ряд мер, продлив и частично модифицировав лишь те, в которых сохраняется необходимость, а также дополнительно предусмотреть ряд изменений в регулировании для облегчения признания коммерческими организациями возможных потерь и сохранения потенциала кредитования.

Не смотря на непрекращающееся давление запада банковская система развивается и получает новые возможности реализации своих идей как через сотрудничество с азиатскими партнерами и постепенный переход с долларовой системы оплаты, на расчёт либо в национальной валюте стран, либо в рублёвом эквиваленте, так и введение новых технологий для привлечения клиентов. Например, введение цифрового рубля, который даст возможность с почти сто процентной вероятностью отследить растрату бюджетных средств и не позволит перенаправлять их на другие цели или выстраивать партнерские отношения с признанными финтех-компаниями (компаниями, использующие финансовые технологии), они коренным образом изменят сектор финансовых услуг. Предполагается, что цифровой рубль будет выпускаться ЦБ в виде цифрового кода и храниться на электронных кошельках, с его помощью можно будет платить за покупки и переводить деньги онлайн. Переводы в цифровой валюте между физлицами будут бесплатными, но за прием оплаты товаров и услуг продавцы будут платить комиссию, которая не должна превышать 0,4-0,7% от суммы перевода, как в Системе быстрых платежей Банка России.

В 2023 году и далее одной из основных движущих сил изменений, влияющих на банковские и финансовые услуги, будет необходимость соответствовать ожиданиям клиентов. Основные аспекты этого открытого банкинга является потребность финансовых учреждений в предоставлении многоканального банковского обслуживания, что означает, что клиенты могут беспрепятственно переключаться между своими действиями (мобильными, онлайн или лицом к лицу) без необходимости каждый раз инициализировать действие.

Возможность проанализировать пользовательский опыт позволит работать этой системе, при этом взаимодействие будет основываться на знаниях о потребностях клиента, прошлом опыте и требованиях.

Финансовые учреждения могут предоставлять клиентам новые возможности, открывая свои собственные приложения для сторонних





интерфейсов прикладного программирования (API), предоставляющих новые услуги [5].

Таким образом, санкции серьезно повлияли на банковский сектор РФ, ведь многие рабочие процессы банков были нарушены, а некоторые из оказываемых услуг приостановлены. Центральный Банк России всеми способами пытается поддерживать экономику страны и стабилизировать работу банков России. Много из того, что планировалось до введения санкционных пакетов, придется переделывать, но Банк России стремится к тому, чтобы банки выполняли свои основные функции – обеспечивали сохранность сбережений и кредитовали экономику [6]. При этом технологическое развитие России позволяет внедрять в систему новые информационные технологии, что делает связь банк-клиент более простой в своём взаимодействии и предоставляет выгодные условия с учётом потребностей государства и граждан.

Список использованных источников:

1. Указ Президента Российской Федерации от 28.02.2022 № 79 «О применении специальных экономических мер в связи с недружественными действиями Соединенных Штатов Америки и примкнувших к ним иностранных государств и международных организаций [Электронный ресурс] – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_410417/ (дата обращения 27.04.2023).

2. Указ Президента Российской Федерации от 01.03.2022 № 81 «О дополнительных временных мерах экономического характера по обеспечению финансовой стабильности Российской Федерации» [Электронный ресурс] – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_410578/ (дата обращения 25.04.2023).

3. Указ Президента Российской Федерации от 18.03.2022 № 126 «О дополнительных временных мерах по обеспечению финансовой стабильности в сфере валютного регулирования» [Электронный ресурс] – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/news/68015> (дата обращения 20.04.2023).

4. Федеральный закон от 09.03.2022 № 50-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации» [Электронный ресурс] – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411105/ (дата обращения 10.04.2023).

5. URL: <https://bankovskie-karty.ru/bankovskie-tendentsii-2023/> (дата обращения 28.04.2023)

6. Статья «Влияние антироссийских санкций на банковскую систему РФ. Меры поддержки Центральным Банком России банковского сектора в связи с антироссийскими санкциями» Ковалева Е.Г, Корсачева Е.А.,





Васильев И.И. [Электронный ресурс] – URL:
<https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-antirossiyskih-sanktsiy-na-bankovskuyu-sistemu-rf-mery-podderzhki-tsentralnym-bankom-rossii-bankovskogo-sektora-v-svyazi-s/viewer> (дата обращения 28.04.2023)

© Чепёлкина А.Д., Усачева А.С., 2023

УДК 336.761.6

ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОГО ФОНДОВОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ЗАМОРОЗКИ АКТИВОВ

Шайхутдинов А.Р.

*Частное образовательное учреждение высшего образования
«Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП)», Казань*

С марта 2022 года российский фондовый рынок всколыхнули ряд событий, отразившиеся практически на каждом инвесторе. Одно из важнейших событий – введение санкций на национальный российский депозитарий (далее НРД), из-за чего ряд иностранных ценных бумаг (далее ИЦБ) были фактически заморожены у всех российских инвесторов, обладавшими такими активами. Таким образом, эти ценные бумаги было невозможно ни продать, ни купить, ни получить от них дивиденды или купоны, ни каким образом даже обменять, то есть стали балластом на счетах у инвесторов. Если их не удастся в перспективе разморозить или хотя бы обменять на ликвидные ценные бумаги, то это грозит огромными материальными потерями как для физических и юридических лиц, так и для всей экономики страны целом. Поэтому задачами данной статьи будет понять, с чем столкнулся фондовый рынок, к каким это уже привело последствиям и может еще привести в будущем, а также определить возможные пути решения данной проблемы для минимизации негативных последствий для экономики страны.

После начала специальной военной операции на Украине в марте 2022 года иностранные депозитарии Euroclear и Clearstream заблокировали счета НРД, с которым они сотрудничали [1]. Вследствие этого часть бумаг, которыми владели россияне были заморожены и дивиденды с купонами по таким активам уже приходиться к владельцам бумаг не могли. В конце мая Банк России ограничил биржевые торги иностранными ценными бумагами, заблокированными международными депозитариями. Регулятор объяснил свое решение тем, что его цель – «защита прав и интересов инвесторов и минимизация их рисков» [2]. Заблокированные бумаги были распределены между клиентами брокеров, их перенесли на неторговые счета. В июне Евросоюз уже официально ввел санкции против НРД, тем





самым окончательно юридически закрепив введенную в прошлом блокировку счетов [3].

Таким образом, иностранные ценные бумаги, которые были связаны с иностранными депозитариями, невозможно ни продать, ни купить, получить доходы, хотя формально они все так же числятся за конкретным инвестором. Это касается не только тех ценных бумаг, эмитенты которых являются компаниями из недружественных стран. НРД сотрудничал не только с этими двумя глобальными депозитариями, а это значит, что ценные бумаги многих стран мира, оказались для российских бирж заморожены. Лишь с депозитариями стран СНГ у НРД была налажена прямая связь [4].

В итоге были заблокированы около 1199 ценных бумаг с первичным листингом в США, местом учета которых является счет Бест Эффортс Банк в НРД [5]. В денежном эквиваленте по состоянию на 30 ноября 2022 года было заблокировано активов на сумму 5,7 триллионов рублей, из которых немного более 20% принадлежали розничным инвесторам [6].

Тем не менее, стоит отметить, что не все иностранные бумаги попали под «заморозку». Санкт Петербургская биржа имела свой собственный депозитарий, который был связан с американской биржей. А так как СПб биржа имела подавляющее число ИЦБ, то лишь меньшая их часть оказалась заморожена из-за санкций (менее 14% ценных бумаг суммарно) [6]. По распоряжению ЦБ в мае эти замороженные активы должны были перераспределиться поровну между брокерами на специальные неторговые счета. Таким образом, в среднем лишь незначительная часть иностранных бумаг инвесторов было невозможно ни продать, ни получить по ним дивиденды. Однако доля некоторых отдельных замороженных ценных бумаг могла значительно превышать как 14%, так и все 50%, а это значит, что некоторые инвесторы могли ощутимо почувствовать на своём брокерском счете ограничения.

Что же касается паевых инвестиционных фондов (Далее ПИФ) и ETF, то все те фонды, которые имели хоть малейшую долю замороженных иностранных бумаг, были остановлены в работе. Согласно данным Национальной ассоциации участников фондового рынка (НАУФОР) на 30 декабря 2022 года, среди открытых ПИФ 28% не функционировало из-за невозможности посчитать справедливую стоимость портфеля, среди биржевых ПИФ доля неторгуемых достигала 35% [7].

Однако далее ЦБ РФ пошел на более радикальные меры, введя с 1 октября 2022 года ограничения на покупку ценных бумаг из недружественных стран неквалифицированными инвесторами вплоть до полного запрета такого права с 1 января 2023 года. Банк России объяснил





такие действия ограждением неподготовленных инвесторов от рискованных вложений в условиях неопределенности [8].

Отсутствие торгов по ряду ценных бумаг, естественно не могло положительно сказаться на развитии российского рынка ценных бумаг. Это снижает для инвесторов возможности для диверсификации своего инвестиционного портфеля и, соответственно, снижает как таковой интерес к российскому фондовому рынку, что и подтверждается упавшим объемом торгов на Московской Бирже по данным ЦБ РФ.

Продемонстрируем объемы торгов акциями за 2021-2022 годы, а также за первые 3 месяца 2023 года на Московской Бирже с помощью графика (рис. 1).

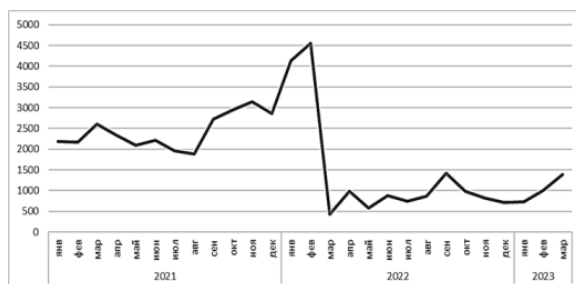


Рисунок 1 – Торговый оборот на ПАО Московская Биржа, млрд. руб. [9]

Таким образом, после резкого роста объемов торгов в начале 2022 года рынок перешел в ещё более стремительное падение и пока не вернулся к значениям 2021 года.

Так же стоит отметить значительное снижение среднего размера брокерского счёта и увеличение доли пустых и малых счетов [100]. «Доля физических лиц – резидентов с пустыми счетами выросла за год с 63 до 66%, а доля клиентов с активами до 10 тыс. руб. – с 20 до 21%. В результате действия этих факторов средний размер счета физических лиц – резидентов на брокерском обслуживании по итогам года сократился вдвое с 409 до 205 тыс. рублей. Без учета пустых и небольших счетов показатель среднего размера счета по итогам года снизился с 2,2 до 1,3 млн. рублей» – сообщается в обзоре ЦБ РФ.

Продемонстрируем так же на графике динамику активов клиентов на брокерском обслуживании с 2019 года (рис. 2).

Как видно из рис. 2, активы клиентов значительно упали уже с первого квартала 2022 года и лишь в последнем квартале того же года наблюдался рост. Аналогичная ситуация с суммарными активами ИИС. Что же касается активов на доверительном управлении, то после падения показателя в начале прошлого года в 4 квартале этого же года показатель вернулся к значениям 2021 года, однако в целом на доверительном управлении находится многократно меньше активов по сравнению с брокерскими счетами. Таким образом все эти факторы свидетельствуют об





уменьшении интереса инвесторов к российскому фондовому рынку, вызванному в том числе заморозкой иностранных активов.

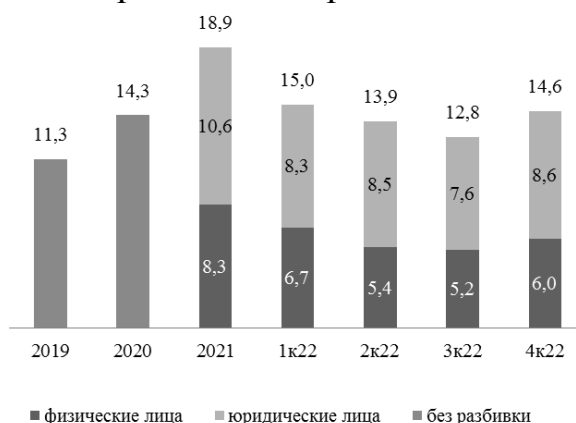


Рисунок 2 – Динамика суммарных активов клиентов на брокерском обслуживании, трлн. руб. [10]

В целях восстановления интереса инвесторов к российскому фондовому рынку и, соответственно, притоку в него денежных средств, очень важно добиться «разморозки» иностранных ценных бумаг или по крайней мере добиться полноценной возможности их продать без значительного дисконта в цене (как, например, на внебиржевом рынке). Это также позволит инвесторам вложить освободившиеся средства в активы уже российских компаний, что так же благотворно скажется на устойчивости и росте фондового рынка.

Вариантов решений проблемы может быть несколько. Идеальным вариантом было бы добиться путём переговоров с международными депозитариями снятия ограничений с НРД. Это позволило бы инвесторам помимо продажи данных активов получить с них все накопленные за время блокировки дивиденды и купоны. Однако в силу ряда геополитических причин на данный момент этот вариант решения проблем можно считать маловероятным в краткосрочной перспективе, так как несмотря на то, что переговоры о разблокировке активов уже идут с прошлого года, реальных продвижений в этом вопросе практически не было. Другим решением проблемы, обсуждаемым Банком России, может стать выкуп замороженных активов с помощью созданного компенсационного фонда, в который будут поступать доходы от замороженных ценных бумаг нерезидентов, которые так же ответными мерами потеряли доступ к своим российским активам [11]. Похожим вариантом действий может стать предоставление возможности поэтапной продажи российских активов иностранным инвесторами с целью покупки ценных бумаг, которые заблокированы у россиян, то есть фактически речь идёт об обмене ценных бумаг [120].





Что же касается паевых инвестиционных фондов и ETF, то здесь уже ЦБ РФ принял решение по разделению ПИФов с заблокированными активами на ликвидную и обособленную части [7]. Иными словами, управляющие ПИФов, у которых более 10% активов подверглись заморозке обязаны будут до 1 сентября 2023 года создать специальный закрытый ПИФ с заблокированными ценными бумагами, остальная же часть фонда будет уже свободно функционировать. Иначе же весь фонд можно сделать полностью закрытым.

Подводя итог, можно сделать вывод, что блокировка части иностранных ценных бумаг у россиян стало большим препятствием для устойчивого развития фондового рынка России, так как инвесторы, по сути, потеряли доступ к своим активам, из-за чего не могли получить с них доход для реинвестирования и даже продать для вложения денежных средств в другие активы. Также у большинства розничных инвесторов стало меньше возможностей в диверсификации своего инвестиционного портфеля. Поэтому необходимо как можно скорее предоставить инвесторам доступ к своим заблокированным активам и в дальнейшем уже разработать необходимые механизмы для недопущения подобных ситуаций в будущем.

Список использованных источников:

1. Clearstream заблокировал счет Национального расчетного депозитария. URL: <https://www.interfax.ru/business/831272>
2. Банк России ограничил биржевые торги иностранными ценными бумагами, заблокированными международными депозитариями. URL: <https://www.cbr.ru/press/event/?id=12911>
3. Демченко Н. ЕС ввел санкции против российского Национального расчетного депозитария. URL: <https://www.rbc.ru/economics/03/06/2022/629a035d9a79472959b640ae>
4. Национальный депозитарий под санкциями: что нужно знать. URL: <https://journal.tinkoff.ru/national-depositary-sanction/>
5. Блокировка акций иностранных эмитентов на «СПб-бирже»: что это значит для инвесторов. URL: <https://journal.tinkoff.ru/stock-blocking-spb-exchange/>
6. Котченко К. ЦБ перечислил дополнительные варианты разблокировки активов инвесторов. URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/642464ef9a7947fb237bce69>
7. Копытина О. ЦБ обязал управляющих освободить ПИФы от замороженных активов к осени. URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/63e67ddb9a79473ce1370500>





8. Обзор российского финансового сектора и финансовых инструментов за 2022 год. URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/43892/overview_2022.pdf

9. Статистика финансовых рынков. URL: <https://www.cbr.ru/statistics/finr/>

10. Обзор ключевых показателей профессиональных участников рынка ценных бумаг в 2022 году. URL: https://www.cbr.ru/collection/collection/file/43826/review_secur_22-q4.pdf

11. Мазина М. ЦБ обсуждает механизм компенсации для пострадавших от санкций инвесторов. URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/62da79ed9a79475eb9312eaa>

12. Стрельникова М., Полянский Д. Костин предложил разрешить иностранцам выкуп замороженных бумаг у россиян. URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/631480939a794761edfa88a2>

© Шайхутдинов А.Р., 2023

УДК 005

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДА MVP В РАЗВИВАЮЩЕЙСЯ ТОРГОВОЙ МАРКЕ В СФЕРЕ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Шалагинова Я.Э., Дембицкий С.Г.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В данной статье мы будем рассматривать метод minimal valuable product, основанный на методологии Эрика Риса, упоминается в книге «Бизнес с нуля. Метод lean startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели». Э. Рис – во-первых, предприниматель, а также успешный блогер и преподаватель Стэнфордского университета. Довольно вдохновляющим является то, что при запросе о нем в google эти аспекты его деятельности вылезают вместе в первых рядах, хотя это и не удивительно.

Метод минимально жизнеспособного продукта (MVP) заключается в создании максимально простого и дешевого продукта, который заключал бы в себе все основные характеристики концептуальной модели, которые важны пользователям для понимания основной ценности продукта и его использования. Метод minimal valuable product (MVP) – это стратегия создания и развития продукта, которая является одной из самых популярных в современном бизнесе. Большинство успешных компаний





применяют этот метод, чтобы быстро запустить свой продукт на рынок и проверить его востребованность. Для того чтобы создать MVP, необходимо провести маркетинговые исследования и выяснить потребности и проблемы целевой аудитории. Затем нужно разработать продукт, который решает эти проблемы и имеет минимальный набор функций, необходимых для его успешного функционирования. Одним из ключевых преимуществ метода MVP является возможность быстрого получения обратной связи от пользователей и адаптации продукта под их потребности. Кроме того, этот метод позволяет минимизировать затраты и риски, связанные с разработкой и запуском продукта на рынок [1].

При использовании метода MVP довольно часто возникают ошибки. Периодически он используется как единственный метод разработки продукта без расчетов и тестирования, что не является правильным. Минимально жизнеспособный продукт – метод, помогающий довести продукт до той модификации начальной разработки, которая в дальнейшем при правильной последующей разработке будет маржинальна. Перед использованием метода все так же нужно исследовать рынок и определять целевую аудиторию несмотря на то, что после запуска MVP может оказаться, что целевая аудитория совершенно другая и товар перейдет в другую категорию, B2B или B2C. Изменения и модификации в продукт нужно вносить поэтапно, каждый раз учитывая и отслеживая показатели, которые показывают реальную ситуацию, а не выставляют продукт в наилучшем свете. У Эрика Риса используется определение «Ключевые показатели эффективности». Как пример, это использование показателя «активные каждый день пользователи» с показателем «общее количество пользователей» в одном графике. Если использовать только второе, то показатели будут расти вне зависимости от эффективности работы: на этапе стартапа будут оцениваться в основном вложения, от которых данный показатель зависит напрямую. Для того чтобы успешно использовать метод MVP, необходимо понимать, что это лишь один из инструментов в рамках более общей методологии – методологии Lean Startup. Эта методология предполагает итеративную разработку продукта, основанную на постоянном обратной связи от пользователей. Также важно понимать, что MVP должен быть минимально необходимым для тестирования ключевых гипотез, но не менее важно понимать, что MVP не является финальной версией продукта. Важно также не забывать о роли команды в разработке продукта по методу MVP. Команда должна состоять из опытных разработчиков, способных быстро прототипировать и тестировать продукт, а также иметь понимание того, что важно для пользователя и для бизнеса. Также важно, чтобы команда была готова к быстрой адаптации и изменению направления разработки в соответствии с





результатами тестирования MVP. Наконец, необходимо понимать, что MVP - это не панацея для успеха стартапа. Этот метод не гарантирует успеха, но может значительно снизить риски неудачи. Правильное использование метода MVP, с учетом всех рисков и ограничений, может помочь разработчикам быстрее выявлять ключевые проблемы продукта и находить наиболее эффективные способы их решения [2].

Метод помогает привлечь ранних последователей, для которых важны основные функции продукта и не сильно важна оболочка. Затем на основе наблюдений за пользователями продукт доводится до более готового к глобальной работе состояния, при котором все равно параллельно идет исследование с помощью различных методов, в том числе и MVP.

В метод включены также опросы пользователей, но с ними нужно управляться очень аккуратно: часто люди делают неправильные выводы о своем предположительном поведении и не до конца знают, что им нужно, пока они это не попробуют. Этот метод разработки продукта с помощью MVP дает возможность получить обратную связь от ранних пользователей, которые являются ключевыми для успеха проекта. Они готовы использовать продукт в его минимально жизнеспособной версии и дать обратную связь по его работе и функциональности. Эта обратная связь позволяет разработчикам улучшить продукт, учитывая реальные потребности пользователей.

Однако, не всегда можно полагаться только на обратную связь пользователей. Часто люди не могут адекватно оценить свои потребности и поведение, особенно когда речь идет о новом продукте, который они только начали использовать. Поэтому важно использовать различные методы исследования, в том числе и MVP, чтобы получить объективную картину того, как продукт работает и каким образом пользователи его используют [3].

В легкой промышленности метод MVP можно использовать в самых ключевых этапах разработки. С данным методом можно более эффективно пробовать новые фиты и цвета: вместо выпуска большой партии, при которой единица продукции дешевле, но ее популярность неизвестна, можно так не рисковать и выпустить небольшой дроп, возможно, в одном магазине или на сайте, и это поможет сильно сократить риски и бюджет на новые разработки. При популярности разработки можно уже заказывать более большую партию.

Также метод MVP можно использовать не только в производстве уже существующих брендов, но и при разработке новых идей: перед тем, как закупать товар и запускать свое дело, стоит закупить и разработать небольшую партию. Это позволит проверить бизнес-идею, собрать





обратную связь (включая отзывы) и усовершенствовать продукт. Особенно хорошо использовать такой метод при монобизнесе (условно, с брендом, который занимается только принтованными футболками) или при бизнес-идее, которая заключается в технологически, конструктивно или конфекционно сложной модели [4].

Кроме того, метод MVP может быть полезен в модной индустрии для тестирования новых каналов продаж и маркетинговых стратегий. Например, можно запустить небольшую рекламную кампанию в социальных сетях, направленную на определенную аудиторию, и оценить ее эффективность. Также можно использовать метод MVP для тестирования новых онлайн-платформ или приложений, которые могут улучшить опыт покупателей.

Наконец, метод MVP можно использовать для оптимизации процессов производства и снабжения в модной индустрии. Например, можно провести эксперименты с использованием новых материалов или технологий производства, чтобы определить их эффективность и возможности снижения затрат на производство. Также можно тестировать новые системы управления запасами, чтобы оптимизировать снабжение и уменьшить затраты на хранение и утилизацию излишков товаров [5].

В целом, метод MVP может быть очень полезен для модной индустрии, поскольку помогает снизить риски и затраты на разработку и производство новых товаров и услуг, улучшить опыт покупателей и оптимизировать процессы производства и снабжения.

Использование метода MVP (Minimum Viable Product) в легкой промышленности, включая модную индустрию, позволяет эффективнее пробовать новые фиты и цвета, сокращать риски и бюджет на новые разработки, а также собирать обратную связь и усовершенствовать продукт. Метод MVP можно использовать не только на уже существующих процессах, но и при разработке новых идей, чтобы проверить бизнес-идею и собрать отзывы. Это особенно актуально при монобизнесе или при бизнес-идее, которая заключается в технологически, конструктивно или конфекционно сложной модели. В целом, использование метода MVP может помочь ускорить разработку и выпуск новых продуктов, а также снизить риски и затраты на разработку [6].

Список использованных источников:

1. Рис, Э. Lean-стартап. Как создавать успешные компании быстро и дешево. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 320 с.
2. Блэнк, Д. Как тестировать бизнес-идеи методами Lean Startup. – М.: Альпина Пабlishер, 2014. – 416 с.
3. Рис, Э. Создавайте продукты, которые любят ваши клиенты. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 320 с.





4. Рис, Э., Берфилд, Дж. Эффективный Lean. Практическое руководство к действию. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 368 с.

5. Хоффман, Ш., Блюм, М. Метод Lean Startup в бизнесе. Инструменты и практики для успешного запуска стартапа / пер. с англ. Д. Андерсон. - М.: ООО "Издательство Альпина Паблишер", 2016. - 336 с.: ил. - (Серия "Руководства Harvard Business Review").

6. Андерсон, Д. Канбан. Метод управления эволюционного изменения / пер. с англ. Хоффман, Ш., Блюм, М. - Издание 2-е. - М.: ООО "Издательство Альпина Паблишер", 2018. - 320 с.: ил. - (Серия "Руководства Harvard Business Review").

© Шалагинова Я.Э., Дембицкий С.Г., 2023

УДК 336.64

ESG-ПОДХОД В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ, ОЦЕНКА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ МОДЕЛИ

Макарецкая Т.Д., Шандроха В.И.

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
Минск, Республика Беларусь*

В 21 веке успешные компании решают не только коммерческие задачи, но и некоммерческие, которые становятся частью долгосрочных стратегий. В развитых странах введение подхода ESG фактически стало условием привлечения инвестиций. К сожалению, в Республике Беларусь ESG-подходы лишь начинают развиваться. Так, министр экономики Беларуси Александр Червяков заявил, что внедрение ESG-стандартов приведет к получению конкурентного преимущества на рынках, в том числе финансовых [1]. Директор рейтингового агентства VIK Ratings так же указывает на низкую степень внедрения ESG-принципов в Республике Беларусь, однако уверен, что положительный эффект от внедрения данных принципов зарубежными компаниями приведет к ускорению процесса перехода белорусских компаний на ESG-рельсы [2].

ESG подход основан на трех столпах: ответственное отношение к окружающей среде и обществу (Environmental, Social), соблюдение высоких стандартов корпоративного управления (Governance).

ESG-стратегия позволяет привлекать как инвесторов, так и потенциальных клиентов. Происходит это за счет того, что решение экологических задач повышает имидж и репутацию организации, тем самым подтверждает ее ответственность перед обществом и привлекает «зеленое» финансирование.





В Беларуси в совершенно разных компаниях можно уже наблюдать элементы ESG. Такими примерами могут быть компания Vetera, «Аливария» и пр. Компании создают группы волонтеров, участвуют в экологических проектах, помогают уязвимым детям (проекты «Спортивный наставник» и «Yes? I can»), сокращают выбросы CO₂ и отходы, улучшают условия и охрану труда. Однако белорусские банки продвинулись намного дальше и являются примерами эффективного внедрения ESG-принципов. Банки финансируют «зеленые» проекты, сокращают бытовые отходы, снижают потребление электроэнергии и тепловой энергии, реализуют социальные проекты, увеличивают охват персонала медицинским страхованием, снижают гендерные диспропорции.

В современных условиях, когда Беларусь и Россия находятся под сильным санкционным давлением, белорусским компаниям стоит ускорить внедрение ESG-подходов, т. к. новые азиатские рынки имеют достаточно высокий уровень ESG-требований. Чтобы подтвердить уровень применения подходов ESG, компаниям нужны ESG-рейтинги.

ВК Ratings – первое и единственное рейтинговое агентство, прошедшее аккредитацию Национальным банком Республики Беларусь. Агентство предоставляет кредитные рейтинги, рэнкинг, проводит исследования и аналитику, тем самым снабжает рынок информацией, необходимой для принятия правильных и эффективных решений. ВК Ratings проводит комплексный анализ компании, города, региона по существующей методологии для присвоения или обновления действующего ESG рейтинга [3]. Такой рейтинг действует 12 календарных месяцев, после чего требуется его обновление. Рейтинговая шкала состоит из 9 категорий от С до ААА, где С – самый низкий показатель, указывающий на обнаружение случаев значительного нарушения общественных интересов в области устойчивого развития в рамках деятельности исследуемого объекта, а ААА – наивысший показатель, который присваивается компании, которая в наивысшей степени соблюдает ESG-принципы при принятии управленческих решений в экологической, социальной и корпоративной сферах. ESG рейтинг основан на оценке базового уровня рейтинга и дополнительных модификаторов. В то же время базовый уровень рейтинга состоит из анализа риска трех следующих профилей: экологических рисков; социальных рисков; управленческих рисков.

Дополнительные модификаторы – факторы, которые могут изменить базовый уровень рейтинга, в числе таких корректирующих факторов:

производство и распространение продукции, которая критически негативно влияет на общество;





наличие специализированного органа или должностного лица, ответственного за устойчивое развитие;

экологический модификатор;

социальный модификатор;

управленческий модификатор.

Каждый профиль рисков имеет перечень подфакторов, имеющих свои удельные веса, используемые для определения базового уровня ESG рейтинга [3]. В то же время удельные веса профилей рисков различаются в зависимости от типа компании. Так, если для нефинансовых (промышленных) компаний удельные веса профилей равны (по 33% каждый), то для нефинансовых компаний, не загрязняющих окружающую среду, и финансовых компаний удельный вес профиля экологических рисков ниже (24 и 20% соответственно), а два других профиля (социальные и управленческие риски) имеют большее значение (38 и 40% соответственно). При оценке города или района удельный вес профиля экологических рисков составляет 40%, профиля социальных рисков и управленческих рисков – по 30% каждый.

Перечень подфакторов существует для каждого профиля рисков, так экологические риски включают в себя такие подфакторы: влияние на атмосферу, влияние на водную среду, влияние на почву и природные ресурсы, практика обращения с отходами, экологическая стратегия компании, учет экологических показателей и т.д. Профиль социальных рисков включает в себя: политику корпоративной социальной ответственности, уровень оплаты труда, уровень социальной защиты персонала, систему охраны труда, систему минимизации социальных рисков и т.д. Профиль управленческих рисков состоит из деловой репутации, стратегии развития, эффективности деятельности Совета директоров и исполнительных органов, риск-менеджмента и пр.

Рейтинг ССС и ниже получают компании, набравшие меньше 49 баллов по всей оценке базового уровня рейтинга. Компании, набравшие в совокупности от 49 до 79 баллов, получают рейтинг на уровнях В-BBB, тем самым для получения высокого уровня рейтинга на уровнях А-AAA надо получить больше 79 баллов. На совокупность баллов влияют и корректирующие факторы, которые характеризуются от «критический» до «отличный» и потом преобразуются в баллы от «-1.5» до «1.5».

VIK Ratings вправе устанавливать прогнозы относительно изменения ESG рейтингов в течении 12 месяцев. Существуют 4 вида прогноза:

1) позитивный прогноз (высокая вероятность повышения ESG рейтинга компании);

2) негативный прогноз (высокая вероятность снижения ESG рейтинга компании);





3) стабильный прогноз (высокая вероятность сохранения ESG рейтинга компании);

4) неопределенный прогноз (высокая вероятность наступления одного из вышеперечисленного вида прогноза).

Для того, чтобы создать фундамент перехода на ESG-концепцию Правительству Беларуси следует провести ряд мер для преодоления таких барьеров как: низкая эффективность направлений внедрения в стране финансовых инструментов для поддержки «зеленой» экономики, отсутствие комплексной законодательной базы при оценке зеленых бизнес-планов, отсутствие системы верификации и сертификации зеленых облигаций, отсутствует методология оценки ESG-рисков, не развивается специализированная инфраструктура, зеленые фонды и банки.

ESG-подходы имеют особую ценность для компаний, так как влияют не только на участников коммерческих отношений, но и общество в целом. Ответственное отношение к окружающей среде, ответственное отношение к социальной ответственности и высокое качество корпоративного управления – три столпа ESG-модели, которую компании включают в стратегическое планирование, и которая имеет широкую популярность в развитых странах, так как от наличия ESG-принципов внутри деятельности компании зависит объем привлеченного финансирования и спрос на продукцию бренда. В сложившихся условиях, когда Беларусь находится под жестким санкционным давлением, процесс переориентации на ESG-принципы ускорится не только на уровне стартапов, но и на существующих малых и крупных компаниях, так как переориентация на азиатские рынки требует соблюдения ESG-принципов. Соблюдение ESG-принципов способствует повышению конкурентного преимущества компании как на товарном рынке, так и на финансовом.

Список использованных источников:

1. Экономическая газета [Электронный ресурс] / Зачем бизнесу ESG стратегия? – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/zachem-biznesu-esg-strategiya/>. – Дата доступа: 01.05.2023

2. Экономическая газета [Электронный ресурс] / Принципы ESG модели – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/principy-esg-dan-mode-ili-konkurentnoe-preimushchestvo/>. – Дата доступа: 01.05.2023

3. BikRatings [Электронный ресурс] / Методология ESG – Режим доступа: [tps://bikratings.by/wp-content/uploads/2022/07/metodologiya-esg-v.pdf](https://bikratings.by/wp-content/uploads/2022/07/metodologiya-esg-v.pdf). – Дата доступа: 01.05.2023

© Макарецкая Т.Д., Шандроха В.И., 2023





УДК 336.64

СТАВКА ДИСКОНТИРОВАНИЯ КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИЙ

Макарецкая Т.Д., Шандроха В.И., Александрова С.В.
*Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
Минск, Республика Беларусь*

Инвестиции играют одну из важнейших ролей в создании экономического потенциала страны и предприятий. Инвестиции основываются на составлении проектов, которые определяют качество капиталовложений. От качества экономического обоснования проекта во многом зависят результаты той или иной инвестиционной и инновационной деятельности. Оценка инвестиционных проектов является неотъемлемой частью финансового менеджмента, так как перед инвесторами стоит вопрос: какие долгосрочные проекты предприятия могут быть эффективными для инвестиций?

В международном опыте метод дисконтированных денежных потоков стал наилучшей альтернативой оценки проектов. В рамках данного метода будущие денежные потоки подвергаются процессу дисконтирования, то есть применяется поправка на временную стоимость денег. При использовании данного метода необходимо оценить два параметра: будущие денежные потоки и подходящую ставку дисконтирования.

В данной статье мы рассматриваем ставку дисконтирования и способы ее расчета, так как именно от данного параметра зависит корректность экономического обоснования инвестиционного проекта и обоснованность решения инвесторов о том в какой из альтернативных проектов следует инвестировать. Ставкой дисконтирования называется такая процентная ставка, которая используется для приведения будущих денежных потоков к настоящему времени. Данная процентная ставка характеризует риск инвестиций и срок их окупаемости. Среди широко используемых способов расчета ставки дисконтирования выделяют: стоимость капитала; рыночные процентные ставки; модель доходности альтернативных инвестиций.

Все вышеперечисленные методы могут использоваться в качестве способа определения ставки дисконтирования в зависимости от специфики инвестиции и обстоятельств. Тем самым необходимо выбрать метод, который наилучшим образом отражает ожидаемый доход и риск инвестиции.





Первый способ расчета ставки дисконтирования основан на определении стоимости собственного капитала. Стоимость собственного капитала представляет собой соотношение между суммой привлекаемого собственного капитала и вознаграждением, которое акционеры ожидают получить в обмен на свой капитал [1]. Для определения стоимости капитала существует множество методов: модель роста дивидендов (DDM или модель роста Гордона), модель оценки доходности капитальных активов (САРМ), модель средневзвешенной стоимости капитала (WACC) и пр.

Модель роста Гордона используется для оценки премии за риск акций при использовании модели САРМ и в то же время она может быть использована напрямую для расчета стоимости капитала [2]. Данная модель основывается на предположении о том, что действительная стоимость доли акций является приведенной стоимостью ожидаемых будущих дивидендов по акции. Данная модель используется для предприятий, находящихся в стадии зрелости и имеющие стабильную дивидендную политику. В модели роста Гордона подлинная стоимость акции рассчитывается следующим образом: $P_0 = \frac{D_1}{r_e - g}$, где P_0 – подлинная стоимость акции, D_1 – дивиденды по акции в следующем периоде, r_e – стоимость собственного капитала, g – постоянный темп роста дивидендов.

Тем самым стоимость собственного капитала r_e можно найти следующим образом: $r_e = \frac{D_1}{P_0} + g$.

Для расчета стоимости собственного капитала инвесторам необходимо анализировать предположительный темп роста дивидендов и дивиденды в следующем периоде. Подлинная цена акций известна, а дивиденды на акцию следующего периода основываются на предположении, что компания имеет стабильную дивидендную политику. Для оценки темпов роста дивидендов используется метод экспертных оценок или метод взаимосвязи темпа роста с коэффициентов удержания прибыли и рентабельностью собственного капитала [2].

Модель оценки доходности капитальных активов (САРМ) предполагает процентную ставку доходности инвестиций с учетом премии к риску инвестиций и рассчитывается следующим образом: $E(ri) = Rf + \beta_i(E(rm) - Rf)$, где $E(ri)$ – доходность от инвестиций, Rf – безрисковая норма доходности, β_i – бета-коэффициент (значение систематического риска инвестиций), $E(rm)$ – доходность на рынке капитала.

Тем самым данная модель зависит от двух слагаемых: безрисковой ставки и премии, относящейся к риску определенных инвестиций. Величина премии варьируется в зависимости от двух факторов: премии $(E(rm) - Rf)$, которая описывает, какую доходность предлагает фондовый





рынок, чтобы компенсировать риски сверх безрисковой ставки, и бета-коэффициента β_i , который описывает степень рискованности определенных инвестиций по сравнению с рынком в целом. Если бета-коэффициент больше 1, то это означает, что конкретные инвестиции более рискованны и требуют большую доходность, чем рыночная. Если бета-коэффициент меньше 1, то это означает, что конкретные инвестиции менее рискованны, чем рынок, и инвесторам сойдет более низкая доходность, чем рыночная.

Второй способ предполагает, что ставка дисконтирования может быть определена на основе текущих рыночных процентных ставок. Она может быть определена на основе ставки рефинансирования, межбанковской ставки, ставок по кредитам, облигациям или другим финансовым инструментам, которые считаются соответствующими для инвестиции. Данная модель имеет свои недостатки, так как ее использование возможно только тогда, когда отсутствуют кризисные ситуации и большая волатильность на рынке.

Третий способ определения ставки дисконтирования основан на методе определения доходности альтернативных инвестиций. Данная модель помогает сравнить альтернативные инвестиции между собой и определить наиболее выгодную из них. Доходность альтернативных инвестиций рассчитывается на основе безрисковой процентной ставки (например, ставки на государственные облигации) и премии за риск, которая отражает разницу между доходностью альтернативных инвестиций и безрисковой процентной ставкой. Модель доходности альтернативных инвестиций имеет свои недостатки и ограничения. Во-первых, доходность альтернативных инвестиций может меняться со временем и не всегда гарантирована, что может привести к неопределенности в оценке стоимости инвестиции. Во-вторых, выбор определенных альтернативных инвестиций может быть ограничен и не всегда отражать все возможности инвестирования на рынке.

В заключении стоит отметить, что каждая модель определения ставки дисконтирования имеет свои преимущества и недостатки. Так, например, при определении стоимости капитала с помощью модели роста Гордона нельзя объяснить, почему разные акции на бирже имеют разные доходности и чем обозначен риск каждой из них, данная модель лишь помогает вывести закономерность из эмпирических наблюдений, но не предоставляет объяснений. В отличие от модели роста Гордона модель CAPM проста и может объяснить, почему разные компании имеют разную доходность, но модель CAPM также имеет недостатки, так как она основана на предположении о наличии эффективного рынка (на практике рынки часто не являются полностью эффективными), определение бета-





коэффициента может быть проблематичным, не учитываются специфические риски (риск банкротства, риск изменения ситуации на рынке, риск смены правительственной политики и т.д.) и изменения риска во времени. Тем самым при составлении инвестиционного плана стоит учитывать специфику данного проекта и прочие факторы (конъюктура рынка, специфика географического расположения предприятия, политическую и экономическую стабильность, развитие внутреннего финансового рынка и пр.) для определения ставки дисконтирования.

Список использованных источников:

1. ACCA Global [электронный ресурс] / Стоимость капитала, финансовый рычаг и CAPM – Режим доступа: https://www.accaglobal.com/cis/ru/qualifications/russian-language-advanceddiploma/Learningresources/FM/technical_articles/cost_of_capital_capm_part1. – Дата доступа: 06.05.2023.

2. Финансовый учет [электронный ресурс] / CFA - Применение модели дисконтирования дивидендов для оценки стоимости собственного капитала – Режим доступа: <https://fin-accounting.ru/cfa/11/corporate-fin/cfa-dividend-discount-model-approach--sources-of-capital>. – Дата доступа: 06.05.2023.

3. Банковский вестник [электронный ресурс] / Совершенствование методов оценки эффективности инвестиционных проектов – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10630.pdf>. – Дата доступа: 06.05.2023.

4. Банковский вестник [электронный ресурс] / Основные методы оценки инвестиционных проектов и их эволюционное развитие – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10674.pdf>. – Дата доступа: 06.05.2023.

© Макарецкая Т.Д., Шандроха В.И., Александрова С.В., 2023

УДК 339.5

**МИРОВАЯ ТОРГОВЛЯ ТОВАРАМИ И УСЛУГАМИ:
ЭКСПОРТ И ИМПОРТ**

Шаповал М.С., Добринец Я.И.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

Мировая торговля является традиционной, исторически первой и ныне одной из основных форм международных экономических отношений. Она служит количественным выражением международного разделения труда, преимущества которого связаны с повышением эффективности производства, снижением издержек производства и





поиском наилучшего удовлетворения экономических интересов. При экспорте страна получает выгоду, измеряемую разницей между более высокой мировой ценой и более низкой внутренней ценой. При импорте происходит экономия внутренних затрат на основе отказа от национального производства того или иного вида товара, так как цены на ввозимые из-за рубежа товары ниже по сравнению с издержками их производства внутри страны.

Экспорт – это вывоз за границу товаров, проданных иностранным покупателям, предназначенных для продажи на иностранных рынках или для переработки в другой стране [1, с. 406].

Импорт товаров – ввоз в страну товаров для использования внутри страны, включая реимпортируемые товары и товары, предназначенные для последующего реэкспорта [2, с. 8].

На рис. 1 представлена динамика международной торговли товарами и услугами в период с 2017 по 2021 гг.

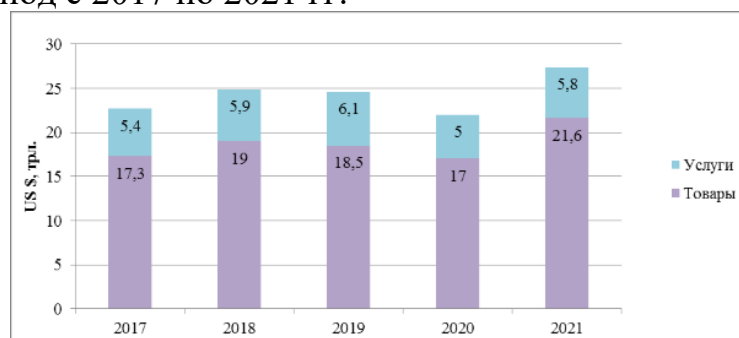


Рисунок 1 – Динамика международной торговли товарами и услугами в период 2017-2021 гг. Собственная разработка на основе статистической информации

После сильного, хотя и неравномерного восстановления после спада экономики, вызванного началом пандемии COVID-19 в 2020 году, мировая торговля товарами и услугами сталкивается с препятствиями на фоне замедления мировой экономики, сохраняющейся инфляции, ужесточения денежно-кредитной политики и продолжающихся последствий пандемии.

Следует отметить, что в 2020 году размер международной торговли товарами и услугами сократился в связи с пандемией COVID-19. В 2021 году международная торговля товарами и услугами вновь начала набирать обороты.

Торговля товарами восстанавливалась быстрее, чем торговля услугами, благодаря высокому потребительскому спросу на товары, особенно в странах с развитой экономикой, поддерживаемому правительственными мерами налогового стимулирования. В 2021 году торговля товарами выросла на 27% в годовом исчислении и на 17% по сравнению с 2019 годом.





Напротив, неравномерное распределение вакцин, появление новых вариантов COVID-19 и пограничные ограничения продолжали оказывать давление на восстановление туризма и пассажирских перевозок в секторе услуг. В 2021 году объем торговли коммерческими услугами увеличился на 16%. Однако он оставался на 5% ниже уровня, существовавшего до пандемии.

Годовой рост объема мировой торговли товарами с учетом сезонных колебаний достиг максимума в 22,1% во втором квартале 2021 года, через год после нижней точки рецессии 2020 года, вызванной пандемией COVID-19.

Современная политическая ситуация тяжело сказалась на мировой торговле, с резким повышением цен на сырьевые товары и перебоями в доступе к товарам первой необходимости, таким как зерно, газ и удобрения. Черноморская зерновая инициатива, сделка, заключенная при посредничестве Организации Объединенных Наций и Турции с целью доставки захваченного украинского зерна, а также российских продуктов питания и удобрений на международные рынки, обеспечила жизненно важные поставки населению развивающихся и других стран и оказала понижающее давление на цены на мировом рынке. Но цены во многих странах остаются высокими по историческим меркам, особенно в пересчете на местную валюту [3].

На рис. 2 представлена динамика экспорта и импорта в международной торговле в период с 2017 по 2021 гг.

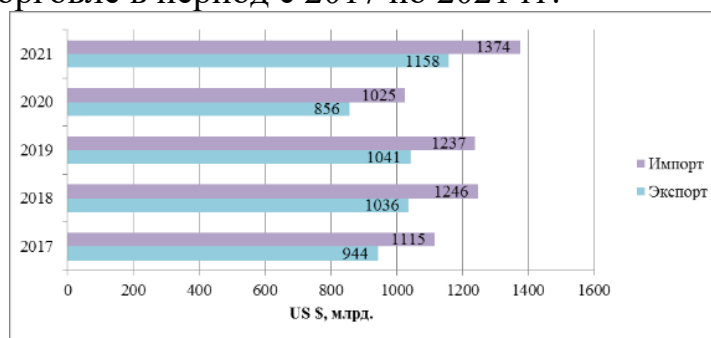


Рисунок 2 – Динамика экспорта и импорта в международной торговле в период 2017-2021 гг. Собственная разработка на основе статистической информации

Исходя из приведённого графика, можем сделать вывод, что объёмы импорта превышают объёмы экспорта во всех временных промежутках. Экспорт и импорт в 2020 году значительно снизился вследствие пандемии, но сильно увеличился в 2021 году, в связи с возобновившимися международными отношениями в некоторых странах.





Импорт превышает экспорт, так как страны, придерживаясь меркантилистской теории, стремятся увеличить объёмы импорта и сократить объёмы экспорта.

Мировой экспорт промышленных товаров превысил уровень, существовавший до пандемии, в 2021 году, увеличившись на 22%, при этом экспорт железа по-прежнему растёт больше всего [3].

Мировой экспорт промежуточных товаров, используемых в цепочках поставок, вырос на 28% в 2021 году. Устойчивый рост «прочих промышленных товаров», на долю которых приходится почти половина мирового экспорта и которые охватывают широкий спектр производственных ресурсов – от металлических конструкций до электронных компонентов и фармацевтической продукции, – отражает возросшую активность в производственных цепочках в 2021 году.

В первой половине 2022 года объём торговли товарами и коммерческими услугами вырос двузначными темпами при измерении в номинальном выражении в долларах США. Этот рост был обусловлен повышением цен на продовольствие и энергоносители, а также увеличением расходов на поездки и транспортные услуги. Экспорт товаров вырос на 17% в стоимостном выражении в годовом исчислении во втором квартале, в то время как экспорт коммерческих услуг вырос на 18% в первом квартале.

Считаем, что в ближайшем будущем мировая торговля будет развиваться в условиях резкого повышения роли науки. В объёме мирового экспорта увеличится доля услуг, а доля энергоносителей и сырья уменьшится. Произойдёт увеличение доли товаров и услуг, которые поставляются между отделениями и дочерними фирмами, расположенными в различных странах, а также в соответствии с кооперационными соглашениями, заключаемыми компаниями, расположенными в разных странах.

Список использованных источников:

1. Абалкин, Л. И. Экономическая энциклопедия / Л. И. Абалкин - М.: Экономика, -1999. -1055 с.
2. Колесников А.А. Внешнеэкономическая деятельность : учеб. пособие / А. А. Колесников, О. В. Морозова ; М-во трансп. и коммуникаций Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т трансп. – Гомель :БелГУТ, 2018. – 410 с.
3. WorldTradeStatisticalReview[Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts_e.htm. – Дата доступа: 05.05.2023.

© Шаповал М.С., Добринец Я.И., 2023





УДК 336.7

ТЕНДЕНЦИИ ВАЛЮТНОГО РЫНКА РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ 2022 г.

Шатрова А.Я.

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

В 2022 году российский финансовый сектор подвергся санкционному давлению ряда стран, которое направлено, прежде всего, на изоляцию финансовой системы России, дестабилизацию финансового рынка, создание экономических условий для продажи российских активов и формирование панических настроений среди общественности и на финансовом рынке. Курс рубля в 2022 году претерпевал резкие падения и подъемы, характеризуясь высокой волатильностью и резкими изменениям в структуре валютного рынка, вызванной нестабильностью геополитической ситуации.

Анализ валютного рынка России, включая тенденции изменения курса рубля и структуры валютного рынка необходимо проводить с учетом динамики цен на нефть, инфляции, ключевой ставкой, платежного баланса и мероприятий, проводимых Центральным банком России.

При рассмотрении динамики официального курса по котировке USD/RUB, можно отметить высокую волатильность курса в течение всего периода, заметно резкий скачок курса рубля наблюдается в феврале-марте 2022 года, что объясняется внезапным ухудшение геополитической обстановки и введением первого пакета санкций в отношении России.

Период с февраля по март 2022 года оказался наиболее беспокойным как для валютного рынка, так и для всего финансового сектора РФ. В период с 21 по 28 февраля 2022 года был отмечен высокий спрос на иностранную валюту, который был вызван стремление иностранных инвесторов закрыть свои рублевые позиции. За короткий промежуток российский валютный рынок провел продажу 415 млрд. рублей, что составило 62,21% от общего объема сделок в феврале.

При введение первого пакета санкций в отношении России в 2022 году, страны ЕС ввели ограничения как для банковской системы РФ, так и для экспортных операций, включая эмбарго на российский уголь, кроме того, страны ЕС высказались о том, что готовы отказаться от российской нефти и объявили о потолке цена на российскую нефть. Помимо того, было закрыто воздушное пространство между Россией и странами ЕС и США, что повлияло на увеличение потребления нефтепродуктов для самолетов. На фоне развернувшихся событий, цена на нефть начала





повышаться, что отражено на динамике цен на нефть марки Brent, экспортируемой Россией, составляя в середине февраля около 85\$ за баррель, а вскоре достигла своего пика около 127\$ за баррель [1].

Падения рубля сопровождалось и бурной инфляцией, которая прослеживается в динамике инфляции 2022 года. В экстремальных условиях Центральный банк принял ряд мер валютных ограничений и валютного контроля, способствовавшему существенному снижению спроса на иностранную валюту со стороны нерезидентов и резидентов и предотвращению рисков устойчивого ослабления рубля и стабилизации условий для сбалансированного курсообразования. В платежном балансе прослеживается уменьшение официальных резервов именно в 1 квартале 2022 года, также в этот период Центральным банком повышена ключевая ставка до 20% с 1 марта 2022 года, направленная на таргетирование инфляции.

Во второй половине марта волатильность рубля значительно снизилась, в этот период спрос на валюту в основном формировался системно значимыми кредитными организациями с целью покрытия валютных обязательств. В то время как большая часть предложения российской валюты на рынке исходило от экспортеров, действовавших в соответствии с Указом Президента Российской Федерации «Об обязательной продаже валютной выручки».

После закрытия рублевых позиций инвесторами на валютном рынке, последующие месяцы, начиная с апреля-июня 2022 года, наблюдалась условная устойчивость рубля и стабильный чистый приток валюты на внутренний рынок, что способствовало формированию избыточной валютной ликвидности в банковском секторе.

В течение апреля-июня предложение валюты внутреннем рынке формировали практически только системно значимые кредитные организации, преимущественно продававшие валюту клиентам-экспортеров. Остальные категории участников преимущественно покупали валюту. Устойчивый поток валюты на внутреннем рынке обеспечивался новыми экспортными проектами при сохранении сдержанной динамики импорта, что способствовало укреплению рубля. К концу июня было заметно сокращение объема открытых позиций на валютных свопах по сравнению с началом года.

Во 2 квартале Банк России начинает пополнять резервные активы, что обусловлено в том числе закрытием позиций с нерезидентами на рынке валютных свопов. В этот период возвращается стабильность в экономические системы России. Банк России продолжает стратегию девальвации валют недружественных стран и стимулирования развития рынка валют дружественных стран.





Если рассматривать структуру валютного рынка, после закрытия долларовых позиций, наблюдается увеличение доли юаней на российском рынке, которая продолжает расти и к концу 2022 года обгоняет долю евро на рынке. В июне доля оборота на юаневом биржевом рынке составила 11%, что значительно превысило апрельские показатели в 6% и февральские результаты, не превышавшие 1%. На внебиржевом рынке доля юаня составила 8%. Рост предложения юаня обеспечили экспортеры, увеличившие его долю в валютной выручке, а также увеличившийся спрос на юани со стороны граждан, которые формируют структуру своих сбережений в пользу иностранных валют, дружественных России [2].

Центральный банк в апреле начинает постепенно понижать ключевую ставку, в следствии медленной стабилизацией экономической обстановки. Уже в середине июня ключевая ставка составляла 9,5%. Если рассматривать нефтяной рынок, еще в марте цена на нефть претерпела резкий скачок в связи с уменьшением спроса на нефть, однако в условиях налаживания политической связей с дружественными странами, экспорт российской нефти увеличивался в другие страны, а также выстраивались новые логистические пути, цена на нефть постепенно начала приходить в обычное состояние, однако нельзя назвать цены на нефть условно устойчивыми.

С сентября рубль продолжает укрепляться, также наблюдается снижение ключевой ставки до 7,5%, инфляция медленно спадает, однако к декабрю снова повыситься. В 3 квартале банк России продолжает пополнять резервные активы. Кроме того, доля валют дружественных стран на биржевом рынке продолжила расти и в октябре составила 31% от всего объема торгов.

В декабре 2022 года рубль ослабел из-за уменьшения продаж иностранной валюты крупнейшими экспортерами и повышения спроса отдельных участников торгов. С середины декабря на валютном рынке наблюдался резкий рост волатильности, а объем торгов достиг 8,9 трлн рублей, что является самым высоким показателем с февраля 2022 года. В основном рост объемов происходил из-за позиций CNY/RUB и USD/CNY, доля которых на рынке составила 37%. В этот период наблюдается снижение предложения иностранной валюты от компаний-экспортеров, поскольку цены на нефть в декабре значительно упали, вызванного нисходящим ценовым трендом на поставляемый экспорт углеводорода, а также сокращением объемов нефтегазового экспорта. К концу года ускоряется процесс конвертации валютных кредитов в рубли, что приводит к увеличению спроса банков на иностранную валюту для компенсации влияния на открытую валютную позицию.





В январе 2023 года благодаря возобновлению операций по покупке и продаже юаней за рубли, осуществляемых в рамках механизма бюджетного правила Минфином России, проявилось снижение влияния колебаний экспортной выручки на внутренний валютный рынок.

При оценке платежного баланса за весь период 2022 года, стоит отметить его активное состояние и заметное увеличение счета текущих операций по сравнению с 2021 годом. Такое состояние платежного баланса, в первую очередь, связано с результатами внешнеэкономической политики, в частности, меры по наращиванию экспорта в дружественные страны при увеличении доли отечественного производства и снижении импорта.

В первом квартале 2022 года наблюдается уменьшение экспорта товаров по сравнению с 4 кварталом 2021 года, однако экспортные операции восстанавливаются в течение года, общий показатель экспорта 2022 года превышает показатель за 2021 год. В то же самое время в течение года уменьшается объем импортных товаров и услуг, экономика России переходит на качественно новый уровень, в частности благодаря программе импортозамещения. Заметно увеличен объем чистого экспорта по наименованиям услуги по техническому оборудованию, транспортных услуг, услуги морского транспорта, грузовых перевозок, финансовые услуги. Снижается показатель прямых инвестиций и со стороны получения, и со стороны выплаты. При анализе состава финансового счета заметно уменьшение приобретения финансовых активов и участие в паи/акции инвестиционных фондов, значительно уменьшается показатель долговых инструментов и чистое принятие обязательств. Значительной дестабилизацией характеризуется счет операций с капиталом в 2022 году. Однако, как было уже упомянуто ранее, Центральный банк в условиях санкционной политики ввел активные операции для устранения последствий для экономики России, что включало в себя изменение резервных активов.

События 2022 года оказали большое давление на все экономические процессы и механизмы России, возможностям российской экономике был брошен некий вызов. Экономика огромной страны оказалась стойкой к введенным ограничениям и запретам и устойчива к геополитическим и финансовым шокам. Благодаря политике Центрального банка, рубль не только смог вернуться в прежнюю позицию, но и укрепиться. Опыт, с которым столкнулась российская экономика в 2022 году, не столько оказала давление на финансовую систему государства, сколько показала новые пути развития экономики и повлияла на усиление интеграции стран третьего мира, противостоящих притеснениям и угнетениям Запада, диктующего свои условия.





За короткий срок в стране произошла качественная трансформация экономической системы, включая повышения качества и объёма отечественного производства и открытые новых внешнеполитических взаимодействий, открывающая для российской экономики новые перспективы.

Список использованных источников:

1. Обзор рисков финансовых рынков // Банк России URL: <https://cbr.ru/analytics/finstab/orfr/> (дата обращения: 10.05.2023).

2. Финансовая стабильность // Банк России URL: <https://cbr.ru/analytics/finstab/> (дата обращения: 10.05.2023).

© Шатрова А.Я., 2023

УДК 336.7

ФОРМЫ ДИСТАНЦИОННЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Швецова Е.Э.

Научный руководитель Зернова Л.Е.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В современных условиях удаленное обслуживание охватывает практически все важнейшие аспекты банковской сферы. Выступая нетрадиционным каналом предоставления банковских продуктов и услуг, данный вид обслуживания постоянно дополняется новыми функциями, подстраиваясь под запросы и требования клиентов [1, 2, 6, 7].

В связи с этим нами были рассмотрены и проанализированы классификационные признаки удаленного обслуживания в банке [1, с. 160].

Рассмотрим каждый классификационный признак удалённого банковского обслуживания по отдельности.

Дистанционное банковское обслуживание можно разделить по клиентскому сегменту на следующие категории.

Розничный банкинг – сервис, направленный на обслуживание физических лиц [3, 4, 5].

Корпоративный банкинг – сервис, ориентированный на проведение операций юридических лиц.

По характеру предоставления банковских услуг различают следующие виды обслуживания:





информационная система дистанционного банковского обслуживания – система, позволяющая клиенту получать информацию о предоставляемых банком продуктах;

коммуникационная система дистанционного банковского обслуживания – система, предполагающая двухсторонний обмен информацией между клиентом и банком с помощью электронных каналов связи;

операционная система дистанционного банковского обслуживания – система, подразумевающая реализацию операций с использованием денежных средств.

По технологии предоставления банковских услуг система цифрового банковского обслуживания включает в себя:

терминальный банкинг – система совершения банковских операций посредством терминалов самообслуживания;

телефонный банкинг – система оказания дистанционных услуг благодаря телефонному подключению;

мобильный банкинг – это система удаленного банковского обслуживания с помощью мобильного устройства;

интернет-банкинг – это предоставление клиентам различных банковских услуг через сеть Интернет с помощью специального программно-аппаратного комплекса. В широком смысле под интернет-банкингом понимаются самые разнообразные системы, начиная от обычных web-страниц банков и заканчивая сложными виртуальными платежными сервисами.

По принципу работы система дистанционного банковского обслуживания подразделяется на осуществление операций в режиме онлайн и оффлайн, которые подразумевают под собой отсутствие или наличие определенного временного интервала между поручением клиента о совершении той или иной операции, соответственно. Обслуживание клиента онлайн полностью автоматизировано и не предполагает участия сотрудников банка при осуществлении мероприятий. Обслуживание в режиме оффлайн, может быть полностью роботизировано.

Разработка и внедрение системы дистанционного банковского обслуживания характеризуются значительными затратами временного и организационного характера. Эти обстоятельства определяют возможность заимствования системы цифровых сервисов у другой компании. На практике, приобретение готовых систем удаленного обслуживания характерно для малых и средних банков, предполагающих получить не только готовые, но и адаптированные к конкретным условиям технологические разработки. Крупные же финансовые организации, в





большинстве случаев, создают и внедряют свои собственные системы цифровых сервисов дистанционного банковского обслуживания.

Результатом диверсификации деятельности институтов и организаций в банковской сфере стало проникновение так называемых нефинансовых организаций. В результате чего возникает необходимость классификации цифровых систем дистанционного обслуживания по оператору предоставления услуг на банковские и небанковские. Со временем функционал со стороны небанковских услуг будет только увеличиваться, а их активное влияние на области традиционной банковской деятельности уже сейчас расценивается как одна из тенденций развития финансового рынка.

В России 74% пользователей интернета используют хотя бы один из сервисов дистанционного банковского обслуживания. На сегодняшний день самыми популярными операциями, совершаемыми на базе цифровых систем дистанционного банковского обслуживания, являются перевод денежных средств; оплата услуг; контроль расходов; накопление денежных средств; закрытие текущих продуктов; открытие новых продуктов; обмен валюты.

Перевод денежных средств на протяжении нескольких лет является самой востребованной услугой среди клиентов. Динамика безналичных переводов за 2020-2022 год представлена на рис. 1.



Рисунок 1 – Доля переводов денежных средств за 2020-2022 гг., %

В заключение следует отметить, что дистанционный-банкинг крайне мобилен, а стремительное развитие и разнообразие новых услуг и способов их оказания, особенно в условиях конкурентной среды, будут внедрять в жизнь все более технологичные формы их реализации.

Список использованных источников:

1. Бурмистрова П.Д., Шаталова Е.П. Дистанционное банковское обслуживание как средство модернизации банковских услуг / Финансы и банковское дело. 2018. – С. 159-163;

2. Швецова Е.Э. История развития дистанционного обслуживания в коммерческих банках России // Сборник материалов Всероссийской





научной конференции молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2022)» - 2022. – с. 219-222.

3. Зернова Л.Е. Сущность, роль и классификация банковских карт в системе дистанционного обслуживания // Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» - 2022. - с. 38-42.

4. Зернова Л.Е. Совершенствование организации обслуживания клиентов – физических лиц с использованием банковских карт и дистанционных технологий // Сборник научных трудов по итогам проведения круглого стола «Тенденции и тренды в сфере бизнес-аналитики» - 2022. - с. 50-56.

5. Ломов А.П., Зернова Л.Е. Организация информационной безопасности биометрических данных клиентов банковской системы // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2022)» - 2022. С. 117-123

6. Рагимова Р.И. Перспективы дистанционного обслуживания физических лиц в России // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2021)» - 2021 - с. 174-178.

7. Рагимова Р.И. Современные тренды дистанционных банковских технологий по обслуживанию клиентов – физических лиц // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2020)» - 2020. - с. 4-7

© Швецова Е.Э., 2023





УДК 339.13.017

ОЦЕНКА РЫНКА ЖИЛЬЯ В РЕСПУБЛИКЕ ХАКАСИЯ И КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННЫЙ АНАЛИЗ

Шейн В.Э.

Научный руководитель Юдинцева Л.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

«Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», Абакан

Статья посвящена оценке рынка жилья в Республике Хакасия. На основании официальных данных Минстроя выявлена доля участия девелоперов. Проведен корреляционно-регрессионный анализ и выявлена теснота связи между потребительскими доходами и средними ценами за 1 кв. метр на вторичном и первичном рынках жилья. По проведенному исследованию сформулированы выводы.

Потребность в жилище является одной из основных потребностей человека. Жилищная проблема является одной из трудных и тяжело разрешимых в обществе. Однако государство предпринимает меры по решению данной проблемы: создает государственные программы, защищает права человека, изложенные в Конституции Российской Федерации в статье 40.

Между предпочтениями покупателя и его потребностями на рынке жилья есть тесная связь. В первую очередь, жилье удовлетворяет такие базовые потребности человека, как желание защититься от неблагоприятной внешней среды. Далее у человека возникает следующая степень потребностей – повышение качества жизни, то есть улучшение своего жилья (например, увеличение площади).

Согласно информации от Минстроя России в Республике Хакасия на октябрь 2022 года строится застройщиками – юридическими лицами, 216 тыс. квадратных метров. Застраивающих групп компаний в данном регионе насчитывается 13. Лидирующие позиции занимают следующие застройщики: СЗ МК-ГРУПП, УКС ЖИЛСТРОЙ и Людвиг.

Далее важной составляющей оценки рынка жилья в Республике Хакасия является корреляционно-регрессионный анализ. Данный вид анализа позволяет оценить влияние потребительских доходов на средние цены 1 кв. метра на первичном и вторичном рынке жилья в исследуемом регионе.



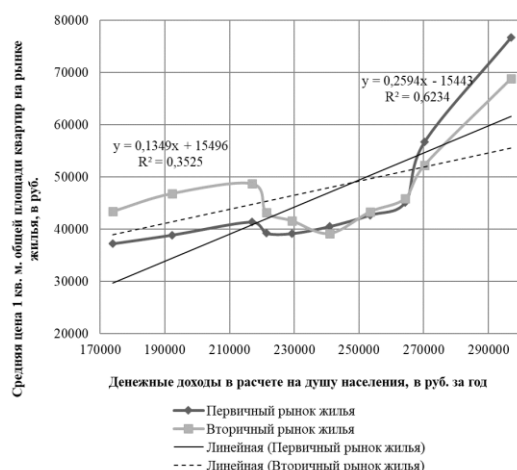


Рисунок 1 – Влияние потребительских доходов на средние цены 1 кв. метра на рынке жилья Республики Хакасия за 2012-2022 годы [1, 2]

Проанализировав диаграмму на рис. 1, можно сделать выводы: наибольшая теснота связи наблюдается между потребительскими доходами и средней ценой за 1 кв. метр на первичном рынке и составляет 78,95% (сильно выраженная прямая связь). А на рынке вторичного жилья – значительная прямая связь, которая составляет 59,37%.

По диаграмме на рис. 1 рынок жилья можно охарактеризовать следующим образом: до появления эскроу-счетов вторичный рынок жилья имел большой спрос, в связи с этим каждый год средние цены за кв. метр увеличивались. С 2020 года зарождается тенденция покупки жилья на первичном рынке. На наш взгляд, это явление связано с программами по льготным ипотекам (низкие ставки на новостройки) и с безопасностью проведения расчетов между покупателем и продавцом посредством использования эскроу-счета [3].

Стоит заметить, что в рыночных условиях сектор экономики, связанный с созданием, оборотом, эксплуатацией объектов недвижимости, является важнейшей сферой частных, общественных и государственных интересов. Так, государство реализует национальные проекты, которые, в частности, направлены на повышения уровня жизни. Одним из таких проектов является «Жильё и городская среда», срок реализации которого с октября 2018 года по 2024 год включительно [4].

Ключевыми целями данного нацпроекта являются обеспечение доступным жильем семей со средним достатком, в том числе создание возможностей для приобретения (строительства) ими жилья с использованием ипотечного кредита, увеличение объема жилищного строительства, повышение комфортности городской среды, создание механизма прямого участия граждан в формировании комфортной городской среды, обеспечение устойчивого сокращения непригодного для проживания жилищного фонда [5].





Таким образом, рынок жилья занимает особое место в социально-экономическом развитии России и его субъектов. Со стороны государства есть поддержка, однако не всегда она является эффективной. Доступность жилья до сих пор остается проблемой не только Республики Хакасия, но и России в целом.

Список использованных источников:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // Росстат. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 08.02.2023).

2. Единая информационная система жилищного строительства [Электронный ресурс] // АО «ДОМ.РФ». – URL: <https://наш.дом.рф/> (дата обращения: 13.02.2023).

3. Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс] // МИНСТРОЙ РОССИИ. – URL: <https://minstroyrf.gov.ru/> (дата обращения: 13.02.2023).

4. Паспорт регионального проекта Республики Хакасия «Жилье» [Электронный ресурс] // Правительство Республики Хакасия. – URL: https://r-19.ru/authorities/ministry-of-economy-of-the-republic-of-khakassia/nac_project/nac_project_list/zhile-i-gorodskaya-sreda/ (дата обращения: 13.02.2023).

5. Национальные проекты: ключевые цели и ожидаемые результаты // Правительство России. URL: <http://government.ru/projects/selection/741/35675/> (дата обращения: 14.02.2023).

© Шейн В.Э., 2023

УДК 339.138

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РОССИЙСКОГО РЫНКА ФИТНЕС-УСЛУГ

Шестеркина А.А., Тимохович А.Н.

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

В настоящее время фитнес-услуги привлекают к себе большое внимание среди россиян. Это связано с формированием в обществе культура на здоровый образ жизни, стремлением улучшить физические и эстетические показатели своего тела. Более того, живя в современном мире, где складываются различные обстоятельства непреодолимой силы, люди испытывают высокий уровень стресса. Известно, что занятия спортом помогают снять напряженность и обеспокоенность, а также привести мысли в порядок [3]. Это, в свою очередь, является еще одной причиной проявления интереса потребителей к фитнес-услугам.





Фитнес-отрасль в России начала активное развитие в конце 90-ых годов. Рассматриваемая отрасль значительно уступает западным показателям, где вовлеченность населения в фитнес достигает более 25%. Однако, за более, чем 20 лет своего существования на российском рынке, фитнес-услуги заняли определенную нишу. В настоящее время клубы, предоставляющие фитнес-услуги, активно развиваются и расширяют спектр оказываемых услуг клиентам.

Российский рынок фитнес-услуг имеет неоднородное географическое распределение. По данным исследования, проведенным РБК в 2019 году, большая часть фитнес-объектов в денежном выражении располагается преимущественно в Центральном федеральном округе, а именно в Москве и Подмосковье, с долей в 47% [1]. Это объясняется тем, что в данных географических субъектах фитнесом занимается около 12,5% жителей. Стоит отметить, что рынок фитнес-услуг в городах-миллионниках может потенциально развиваться за счет отсутствия перенасыщения фитнес-объектами.

Если оценивать объем российской фитнес-индустрии по количеству посещений, то, по данным BusinesStat, в 2022 году данный показатель снизился на 13% в сравнении с предыдущим годом. В связи с геополитической обстановкой потребители фитнес-услуг отказывались от продления абонементов, а также реже посещали занятия. Более того, из-за прекращения деятельности западных компаний на российском рынке сократился спрос на корпоративный фитнес, продажи которого составляли 10-15% от общего числа продаж клубных карт.

Другим рассматриваемым показателем данного рынка является динамика его объема за последние 3 года. Согласно оценке РБК «Исследование рынков» в 2019 году объем российского рынка фитнес-услуг вырос в сравнении с предыдущим годом на 6,3% и составил 164,2 млрд рублей. Количество посещений фитнес-клубов в этом периоде достигло 313,4 млн. [2]. Рынок развивался за счет открытия точек эконом-формата и фитнес-центров в рамках франчайзинговых проектов. Однако, значительный рост рынка в 2019 году сменился на спад в 2020-2021 гг.

Пандемия, карантинные ограничения и вынужденное из-за этого закрытие фитнес-клубов обрушили рынок фитнес-услуг на 41%. Количество посещений снизилось до 183,8 млн., а потери отрасли составили 25,9 млрд. рублей [4]. Объем рынка фитнес-индустрии в 2022 году находился на уровне 145,3 млрд. рублей.

Несмотря на нестабильную ситуацию, на многочисленные вызовы и угрозы, российская фитнес-отрасль продолжает свое развитие.

В период с сентября 2022 года по февраль 2023 года авторами было проведено исследование с целью анализа современного состояния





российского рынка фитнес-услуг, а также выявления основных тенденций в обозначенном сегменте. Были использованы следующие методы исследования: анализ вторичных данных, а именно отраслевой статистики; включенное наблюдение.

В ходе проведения исследования были выявлены следующие основные тенденции на российском рынке фитнес-услуг.

Первая тенденция на рынке фитнес-услуг – появление «бутиковых» клубов (моностудий), предоставляющих одну определенную услугу. Например, это студии йоги, растяжки, кикбоксинга, танцев и другие.

Популярность моностудий связана с тем, что в настоящее время постоянные потребители фитнес-услуг желают разнообразить спортивные тренировки, пробуя новые виды программ. Для новичков, которые пока не решаются начать силовые занятия, это способ повысить интерес к спортивной досугу. Фитнес-индустрия следует этой тенденции так, что сегодня большое количество фитнес-клубов помимо тренажерного зала предоставляют своим клиентам доступ к моностудиям.

Второй тенденцией является рост количества потребителей в зрелом возрасте фитнес-услуг. Учитывая влияние на здоровье, связанное с пандемией, ухудшением экологии и другими факторами, старшее поколение уделяет все больше внимания показателям здоровья. Этот факт подтверждает внутреннее исследование НФС, в котором приводятся данные, что приблизительно 7% людей в возрасте 60-70 лет посещают фитнес-клуб 2 раза в неделю [5].

Стоит отметить, что к формированию данной тенденции привело открытие в фитнес-клубах моностудий, в которых основная аудитория – люди зрелого возраста.

Третья тенденция – переход от онлайн-тренировок к офлайн-формату. Онлайн-фитнес имел широкую распространенность среди потребителей во время ограничительных мер в 2020-2021 годах. В период вынужденного закрытия фитнес-клубов люди отказывались от приобретенных абонементов и покупали онлайн-тренировки у индивидуальных тренеров. Однако, сейчас потребители отдают предпочтение занятиям спортом оффлайн. Это связано с желанием компенсировать недостаток непосредственного контакта с другими членами посещаемого клуба, который был утерян во время пандемии.

Данная тенденция, в свою очередь, имеет очевидное положительное влияние на рассматриваемую отрасль, поскольку посещаемость фитнес-клубов и количество купленных абонементов возрастает.

К четвертой тенденции относится креативная организация тренировок. Однообразные занятия под музыку на тренажерах наскучили потребителям. Теперь организаторы фитнес-клубов стремятся





разнообразить проведение времени своих клиентов в клубе различными способами. Например, известные сети фитнес-клубов «СССР» и «X-Fit» организуют показ кино во время тренировки.

Последняя рассматриваемая тенденция – это предложение гибридных форматов тренировок. Ранее описывался тренд на офлайн-занятия, однако, спрос на онлайн-тренировки все еще остается. Комбинация онлайн и офлайн тренировок актуальна для тех, кто по определенным причинам не всегда может посещать фитнес-клуб, но желает постоянно поддерживать физическую форму. В будущем подобный формат будет наиболее востребован среди широкой аудитории фитнес-клубов. Изменение формата повлечет за собой необходимость коррекции деятельности фитнес-клубов, цен на услуги.

Сделаем вывод о том, что фитнес-услуги не только остаются востребованными в условиях изменяющейся VUCA-среды, но также активно развиваются, адаптируются в связи с происходящими трансформациями в обществе в целом и в человеческом сознании. Анализ рынка позволил выделить основные тенденции в области фитнес-услуг: появление моностудий, предоставляющих одну фитнес-услугу; переход от онлайн-тренировок к офлайн-формату креативная организация тренировок; количества потребителей в зрелом возрасте; предложение гибридных форматов тренировок.

Список использованных источников:

1. Боровиков М.А. Рынок фитнес-услуг России 2019. https://s.rbk.ru/v5_marketing_media/demo/2/91/115695737201912.pdf (дата обращения: 10.05.2023)

2. Боярская А.Е., Тимохович А.Н. Особенности продвижения фитнес-услуг в реалиях 2020 года // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2020): сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей с международным участием. Часть 2. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2020. – с. 59-63.

3. Гарина О.Г., Милехина И.А. Фитнес-услуги как средство привлечения граждан к систематическим физкультурно-оздоровительным занятиям // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2019. - №1(75). - с. 151-155.

4. Прохорова О.К., Куршин И.А. Основные тенденции развития рынка фитнес-услуг в России // Вестник Воронежского института высоких технологий. – 2021. - №4(39). – с. 149-153.

5. Силина Е. Экономсерфинг и сайклинг-дискотеки. Что происходит с фитнесом прямо сейчас <https://www.forbes.ru/forbeslife/410627-ekonom->





serfing-i-saykling-diskoteki-chto-proishodit-s-fitnessom-pryamo-seychas (дата обращения: 10.05.2023)

© Шестеркина А.А., Тимохович А.Н., 2023

УДК 336.7

ВАЛЮТНЫЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Шибун М.Э., Добринец Я.И.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

Главная задача национального валютного рынка, являющегося частью валютной системы, заключается в обеспечении оптимальных условий функционирования народного хозяйства в интересах государства. Данная тема актуальна для изучения, так как валютное регулирование обеспечивает эффективность функционирования экономики.

Главные элементы валютной системы (валютный режим, механизмы валютного регулирования) способствуют интеграции национальной экономики в мировую, что должно быть учтено государством в законодательных актах при определении порядка организации валютной системы, функционирования составляющих ее элементов, в особенности валютного рынка. Валютный рынок рассматривается как совокупность различных операций с валютой и валютными ценностями, куда включены международные расчеты, а их своевременное осуществление одна из задач валютного рынка. Поэтому от его состояния и развития зависит и частичная стабильность международных отношений.

Под валютным рынком принято понимать совокупность сделок по купле-продаже валюты. Однако существуют и другие определения исходя из разных точек зрения. Исходя из экономической сущности, под валютным рынком можно понимать сферу экономических отношений, связанных с осуществлением сделок купли-продажи валюты и валютных ценностей, а также инвестированием капитала в валюту. С функциональной точки зрения валютный рынок рассматривается как совокупность различных операций с валютой и валютными ценностями, куда включены международные расчеты, страхование валютных рисков, диверсификация валютных резервов, валютные интервенции и спекулятивные операции. С институциональной точки зрения валютный рынок является совокупностью институциональных участников (валютных бирж, уполномоченных банков, инвестиционных компаний, брокерских контор, иностранных банков) осуществляющих операции с валютой. С организационно-технической точки зрения под валютным рынком понимается совокупность телефонных, электронных, интернет и прочих





коммуникационных систем, связывающих между собой участников валютного рынка.

Таким образом, можно сформулировать следующее определение валютного рынка. Валютный рынок – это система устойчивых экономических и организационных отношений, возникающих между участниками валютного рынка при осуществлении операций по покупке или продаже иностранной валюты, платежных документов в иностранных валютах, а также операций по движению капитала иностранных инвесторов, и коммуникационных систем, обслуживающих их [1, с. 51].

Целью валютного рынка является создание условий для обращения валютных ценностей, проведения операций по покупке и продаже иностранной валюты между банками и субъектами хозяйствования, страховании участников рынка от валютных рисков.

Главной задачей валютного рынка, является организация бесперебойной системы обмена национальной денежной единицы, которая является законным платежным средством только на территории определенного государства, на иностранную.

Основными субъектами валютного рынка являются: центральный (Национальный) банк; банки, имеющие полномочия; иностранные банки; субъекты хозяйствования, которые осуществляют внешнеторговые операции; финансовые институты, такие как валютные биржи, инвестиционные компании и др.

Необходимость существования валютных рынков, на которых осуществляется обмен валюты одной страны на валюту другой, обусловлена отсутствием единого платежного средства при международных расчетах [2].

Состояние и динамика валютного рынка характеризуются: оборотом иностранной валюты; оборотом рынка наличных валют; средневзвешенным курсом белорусского рубля к российскому рублю, доллару США, евро.

В табл. 1 представлена характеристика современного состояния валютного рынка Республики Беларусь посредством информации об оборотах валют на сегментах внутреннего валютного рынка за 2022 год.

Согласно приведенным данным, показатели об оборотах валют на сегментах внутреннего валютного рынка на ОАО «Белорусская валютно-фондовая бирже увеличились с января по ноябрь 2022 года на 606,1 млн. долларов США или на 65,8%. На внебиржевом валютном рынке увеличились на 955,5 млн. долларов или на 18,6%. На рынке наличных валют увеличились 158,2 млн. долларов или на 14,7%. Также общий оборот валютного рынка увеличился на 1719,7 млн. долларов или на 24%.





Таблица 1 – Информация об оборотах валют на сегментах внутреннего валютного рынка в 2022 г., млн. долларов США [3]

Период	Показатели			
	ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа	Внебиржевой валютный рынок	Рынок наличных валют	Общий оборот валютного рынка
январь	921,5	5143,3	1072,5	7137,4
февраль	954,6	5717,9	1078,8	7751,2
март	1200,7	5977,0	882,9	8060,6
апрель	1658,8	5270,5	923,8	7853,1
май	1640,0	5050,7	1152,5	7843,2
июнь	1363,3	5864,4	1159,7	8387,3
июль	1637,4	5432,5	1132,4	8202,3
август	1595,7	5775,7	1290,0	8661,3
сентябрь	1545,5	6260,4	1351,6	9157,6
октябрь	1663,9	5859,6	1266,5	8789,9
ноябрь	1527,6	6098,8	1230,7	8857,1

В табл. 2 представлена характеристика валютного рынка Республики Беларусь посредством информации о средневзвешенном курсе белорусского рубля к российскому рублю, доллару США, евро за 2022 год. Таблица 2 – Средневзвешенный курс белорусского рубля к российскому рублю, доллару США, евро в 2022 г., руб. [3]

Период	Средневзвешенный курс белорусского рубля по отношению к:		
	100 российским рублям	доллару США	евро
январь	3,3805	2,5874	2,9274
февраль	3,3551	2,6383	2,9818
март	3,0821	3,2157	3,5487
апрель	3,5753	2,7877	3,0042
май	3,9600	2,5482	2,6646
июнь	4,5012	2,5863	2,6928
июль	4,4408	2,6054	2,6533
август	4,2373	2,5732	2,6092
сентябрь	4,2199	2,5285	2,5326
октябрь	4,0814	2,5058	2,4547
ноябрь	3,9920	2,4106	2,4711

Таким образом, средневзвешенный курс белорусского рубля к российскому рублю, доллару США, евро, за изучаемый период достаточно неустойчив и значительно колеблется, что связано прежде всего с пандемией и обстоятельствами, которые складывались в течении года на международных рынках.

В 2022 году валютный рынок Беларуси функционировал достаточно стабильно. Вместе с тем данное состояние было достигнуто благодаря как позитивным, так и негативным тенденциям в экономике и денежной сфере. Следует понимать, что ситуация на валютном рынке может ухудшиться в результате реализации одного или нескольких существующих рисков.

Валютный рынок в Беларуси нельзя назвать развитым сравнительно с мировым, однако он достаточно эффективно выполняет некоторые функции внутреннего валютного рынка и имеет структурированную систему во многом аналогичную другим системам валютных рынков.

Список использованных источников:

1. Лаврушина И.О. Деньги, кредит, банки. Экспресс-курс : учебное пособие / И.О. Лаврушина.-4-е изд., стер.-Москва: КНОРУС, 2010. – 320с.





2. Понятие, функции и особенности валютного рынка. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://finance-place.ru/fin-menedzhment/denezhnje-rjnki/valyutnny-gjnok/funkcii.html>. – Дата доступа: 05.05.2023.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 05.05.2023.

© Шибун М.Э., Добринец Я.И., 2023

УДК 338.14

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Шорникова А.А., Усачева А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Качественное и резкое изменение геополитической и геоэкономической ситуации существенно изменило характер среды, в которой сейчас функционирует российская экономика, и сами принципы ее развития. Модель интеграции в мировой рынок и особенно интеграции с европейской экономикой, сложившаяся за последние 30 лет, вступила в кризисную фазу и уже никогда не будет прежней. Это не означает отказа от позиции открытости мировому рынку, но коренным образом меняет характер внешнеэкономических связей с развитыми странами [1].

В марте 2023 года Банк России опубликовал экспертные оценки состояния экономики. По оценкам экспертов, экспорт товаров и услуг из России в 2023 году составит 501 млрд. долларов против прогнозируемых ранее 493 млрд. долларов, в 2024 году – 514 млрд. долларов, в 2025 году – 523 млрд. долларов.

Импорт в Россию составит 360 млрд. долларов в 2023 году, 376 млрд. долларов в 2024 году и 400 млрд. долларов в 2025 году.

ЦБ впервые процитировал ожидания экспертов относительно сбалансированности консолидированного бюджета. По их мнению, дефицит бюджета составит 3% ВВП в 2023 году, 2% ВВП в 2024 году и 1% ВВП в 2025 году.

Средняя цена нефти Urals составит 59 долларов за баррель в 2023 году и 60 долларов за баррель в ближайшие два года, считают эксперты.

Средний курс доллара в 2023 г. составит 73,6 руб., в 2024 г. – 75,3 руб., в 2025 г. – 77,9 руб.





По оценкам экспертов уровень безработицы в России составит 4,1% в 2023 г. против прогнозируемых ранее 4,3%, в 2024 и 2025 гг. – 4%.

Номинальная заработная плата увеличится на 7,6% в 2023 г. по сравнению с ранее предполагавшимися 7%. При этом прогнозы роста заработной платы на следующие два года снижены: в 2024 г. – с 6,8% до 6,5%, в 2025 г. – с 6% до 5,9%.

Инфляция в 2023 г. составит 6%, в 2024 г. – 4,1%, в 2025 г. – 4%, считают эксперты.

Средняя ключевая ставка центрального банка составит 7,5% в 2023 г., 6,8% в 2024 г. и 6,1% в 2025 г., считают эксперты.

Банк России также разработал три сценария макроэкономического развития России до 2025 года в зависимости от состояния мировой экономики, скорости ее адаптации к новым условиям и влияния новых геополитических условий. Основные варианты – «Базовый», «Ускоренная адаптация», «Глобальный кризис».

В базовом сценарии экономика продолжит развиваться в рамках ранее сформировавшихся тенденций. После периода повышения ставок крупными центральными банками глобальный рост неизбежно замедлится, но это позволит экономике избежать глубокой рецессии и вернуться к прежним темпам роста в 2024-2025 годах. ЦБ РФ также прогнозирует, что внешние ограничения, накладываемые на российский экспорт, импорт, инвестиции и технологическое сотрудничество, во многом сохранятся в среднесрочной перспективе – российский экспорт продолжит продаваться с дисконтом на мировом рынке.

Ускоренная адаптация. Этот сценарий следует рассматривать как позитивный, так как базовый сценарий предполагает, что мировая экономика избежит рецессии благодаря повышению ключевых ставок. В то же время, благодаря более быстрому оживлению внутреннего спроса, российская экономика сможет быстрее выйти из кризиса - к концу 2023 года ВВП продемонстрирует небольшой рост.

Глобальный кризис. Это самый негативный сценарий, который предполагает существенное ухудшение состояния мировой экономики и рост геополитической напряженности, в том числе введение дополнительных ограничений на российский экспорт. Этот сценарий приведет к краткосрочному сильному росту цен на нефть на фоне сокращения предложения на товарном рынке, что значительно увеличит расходы многих компаний и еще больше ускорит глобальную инфляцию [2].

Рассматривая долгосрочную стратегию социально-экономического развития, можно подчеркнуть, что она должна быть комплексной и учитывать все ключевые аспекты развития. При этом с кратко- и





среднесрочной точки зрения, исходя из современного состояния российской экономики, а также целей сохранения социальной и политической стабильности в обществе, приоритетом экономической политики должно стать решение накопившихся социальных проблем: неравенство, бедность, низкое качество жизни населения. Поэтому в рамках формирования основных направлений социально-экономического развития ключевым должен стать социально ориентированный сценарий, раскрывающий возможности повышения качества и уровня жизни населения России в контексте экономического развития, учет существующих и предполагаемых рисков и ограничений в реализации имеющегося потенциала экономического роста [3].

Ключевой вызов, стоящий в настоящее время перед российской экономикой, заключается в том, что в результате мер, направленных на предотвращение внешних вызовов и угроз, еще не созданы условия для устойчивого экономического развития. Ухудшение уровня жизни населения, снижение экономической и инвестиционной активности не привели экономику к дисбалансированному состоянию, но ограничили скорость восстановления экономического роста. Созданная система национальных проектов направлена на достижение целей развития по важнейшим направлениям и в целом дополняет меры обычной макроэкономической политики. Успешная реализация национальных проектов может повысить качество экономического развития и обеспечить успешное развитие важных сфер экономической жизни. В то же время их вклад в экономическую динамику не следует переоценивать. По оценкам экспертов реализация всего комплекса мероприятий в рамках нацпроектов ускорит среднегодовые темпы роста ВВП в 2020-2024 гг. не более 0,6%.

Развитие отечественной экономики требует увеличения численности экономически самостоятельного населения – среднего класса. Для этого необходимо хотя бы частично преодолеть перекос ресурсов в экономике, обеспечить модернизацию рабочих мест, диверсифицировать структуру производства и повысить его эффективность, восстановить звенья в системе разработки и внедрения современных отечественных технологий в производство. Только тогда в экономике появятся новые доходы и новые рабочие места с принципиально другим уровнем оплаты труда. Именно процесс перехода на более дорогую и более эффективную рабочую силу позволит нормализовать социальную ситуацию в обществе, снизить потребности в социальной поддержке граждан со стороны бюджета. Структурная трансформация также является необходимым условием выхода России на траекторию долгосрочного устойчивого роста. Углубление переработки и расширение ассортимента производимых товаров становится не только одной из возможностей стратегии развития





страны, которую можно рассматривать. Это, по сути, единственный способ остановить рецессию и необходимое условие выхода России на долгосрочную траекторию высоких темпов экономического роста (7-10% ВВП в год) с укреплением позиций страны в мире в течение 3-4 лет.

Важнейшим приоритетом стратегии экономического развития должно стать стимулирование ускоренного экономического роста, прежде всего за счет инвестиций и расширения экспорта. Однако такие преобразования невозможно осуществить без пересмотра целей и содержания деятельности ключевых органов управления экономикой, в первую очередь Банка России, который в настоящее время является монопольным мегарегулятором финансового рынка [5].

Движущей силой экономического роста отчасти должен стать малый и средний бизнес. Государству необходимо обеспечить многократное сокращение государственного аппарата и отказ от чрезмерного административного регулирования, сосредоточение усилий на создании условий для реализации предпринимательской инициативы сотен тысяч людей, зарекомендовавших себя в бизнесе разного масштаба и готовых реагировать быстро на современные вызовы и новые возможности. При этом необходимо отказаться от существующей модели государственного капитализма с доминированием государственных корпораций, компаний и банков с государственным участием.

Развитие экономики должно идти по пути углубления переработки, расширения экспорта и увеличения масштабов строительства квартир и инфраструктуры. Прорыв в этих направлениях принесет максимальный аккумулятивный эффект для экономики, одновременно будет способствовать росту спроса и расширению предложения и обеспечит развитие регионов.

В заключении можно подытожить, что российская экономика стоит перед необходимостью «большой перезагрузки». Наша важнейшая задача – научиться жить и развиваться в условиях многолетних антироссийских санкций, так называемой новой «нормальности». Закрытие экспортно-импортных каналов со странами Запада носит, конечно, долгосрочный характер. Многие привычные для России товарные рынки (прежде всего трубопроводная нефть и газ) будут закрыты, а сокращение экспортных поставок может составить до 60%. Необходимо найти новые возможности сбыта отечественной продукции, как по видам товаров, так и по направлениям поставок, что обеспечит адаптацию выпускаемых товаров к новым рынкам и вариантам транспорта. И все это – в условиях существенных ограничений на импорт, особенно материалов и технологий. Российский рубль в настоящее время продемонстрировал стабильность и перспективность в качестве мировой валюты. Однако без серьезных





структурных преобразований и достижения технологического суверенитета возможности восстановления российской экономики будут ограничены, а достижение национальных целей развития к 2030 г. окажется под угрозой.

Список использованных источников:

1. Потенциальные возможности роста российской экономики: анализ и прогноз. Научный доклад / Под ред. члена-корреспондента РАН А.А. Широ́ва. – М.: Артик Принт, 2022. – 296 с.

2. Три сценария развития российской экономики до 2025 года// «Открытый журнал» <https://journal.open-broker.ru/analitika/scenarii-razvitiya-rossijskoj-ekonomiki/>

3. Ивантер В.В. Стратегия перехода к экономическому росту //Проблемы прогнозирования. 2016. № 1.

4. Порфирьев Б.Н., Широ́в А.А., Узьяков М.Н., Гусев М.С., Шокин И.Н. Основные направления социально-экономического развития в 2020-2024 гг. И на период до 2035 г // Проблемы прогнозирования. 2020

5. Большая перезагрузка России: экономическая подпитка реального роста и развития в условиях нового мирового прядка. Исследование / Институт экономики роста им. Столыпина. 2022

© Шорникова А.А., Усачева А.С., 2023

УДК 65.011.56

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Шубина Е.Е., Ильина С.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В настоящее время бизнес-процессы и их оценка в организации играют достаточно важную роль, так как от их качества и исполнения зависит эффективность работы предприятия. Стандарты обслуживания – это критерии, которые необходимы для обеспечения результата системы менеджмента качества. Стандартами обслуживания является совокупность процедур и операций, выполняемых сотрудниками торговой организаций и способствующих максимальному удовлетворению потребительских предпочтений [1]. Если провести анализ корпоративных стандартов обслуживания клиентов в индустрии красоты, то можно выделить их главные задачи:





1. Порядок. Клиент не должен видеть проблемы и недочёты, которые существуют в компании; он должен быть уверен в том, что все сотрудники организации являются профессионалами и готовы оказать необходимую помощь и поддержку.

2. Контроль. Необходимо соблюдать критерии оценки работы менеджера, который контактирует с клиентами, с точки зрения сервиса и удовлетворения клиента услугами компании.

3. Отношение. Стандарты обслуживания упрощают процесс взаимодействия с потребителями. Они эффективны тогда, когда клиент не видит разницы между работой сотрудников компании, но при этом получает качественное и фирменное обслуживание в едином формате, которое не зависит от внешних обстоятельств и факторов.

Технология работы в салоне красоты включает в себя: предварительную запись клиента, встречу с клиентом, обслуживание клиента, привлечение клиента к дальнейшим посещениям салона, предоставление различных бонусов постоянным клиентам и так далее. К основным бизнес-процессам в индустрии красоты можно отнести: процесс предоставления услуги; реклама услуг салона красоты; закупка товаров; предварительная запись клиентов; составление графика работы мастеров; процесс обслуживания клиента и др.

Салон красоты – это система бизнес-процессов, автоматизировав которые можно увеличить качество оказываемых услуг. Бизнес-процесс – это последовательность действий с использованием ресурсов организации, технических средств, материалов, управляющих методик, которая постоянно повторяется с целью создания продукта для потребителя всегда с участием человека. Если действия выполняются автоматической системой или программой, это уже не бизнес, а технологический процесс или спецификация. И тогда в силу вступают несколько иные стандарты, методы описания и особенности реализации.

Главная цель использования графических нотаций – создание понятных сотрудникам схем процессов, на рис. 1 представлен бизнес-процесс оказания услуги в салоне красоты.

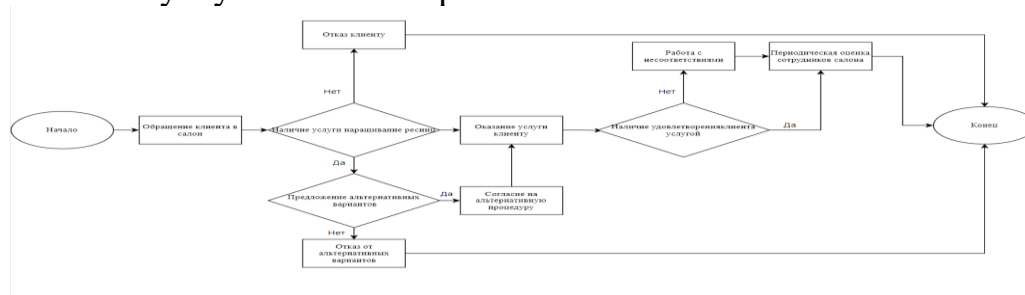


Рисунок 1 – Основной бизнес-процесс «Оказание услуги в салоне красоты»





Далее представим описание данного бизнес-процесса. На первом этапе клиент обращается в салон красоты за необходимой ему услугой. Далее администратор рассказывает клиенту о данной услуге в салоне, уточняет пожелания клиента по дате и времени. После завершения данных действий администратор предлагает чай/кофе, пока клиент ожидает мастера. Далее происходит оказание необходимой услуги. По окончании оказания услуги клиент оплачивает услугу и осуществляет запись на повторный визит по необходимости.

Далее представим описание новой услуги – оплата по QR-коду, это новый способ оплаты. Клиенту не нужно искать наличные деньги или доставать карту, достаточно отсканировать код и перевести деньги на банковский счет организации. И хотя клиент физически к кассе даже не подходит, использовать онлайн-ККТ и выдать чек продавец обязан. Также можно использовать сервис для приема денег со стороны продавца и отправки платежа со стороны покупателя. Достаточно иметь QR-код. В нем зашифровывают банковские реквизиты, сумму и назначение платежа. Для оплаты покупателю достаточно открыть на телефоне приложение Интернет-банка, перейти в сервис СБП, предоставить разрешение на использование камеры телефона, и отсканировать код. Далее покупатель просто подтверждает оплату, а чек автоматически поступает на электронную почту клиента. Для продавца QR-код создает коммерческий банк, в котором у него открыт расчетный счет. Далее рассмотрим виды QR-кодов.

Статический или многоразовый, в нем содержатся только реквизиты расчетного счета продавца, он создается банком один раз, и для простоты использования наклеивается рядом с кассой. Покупателю при этом важно правильно ввести сумму оплаты, поскольку в данном типе QR-кода она не содержится. Динамический или одноразовый – в данном типе кода помимо реквизитов банковского счета получателя зашифрована сумма, код печатается на чеке или выводится на дисплей. Для простоты использования сотрудник может показать QR-код для оплаты с экрана мобильного телефона, он каждый раз новый и создается для конкретной операции оплаты. Для условного салона красоты выбран динамический QR-код, так как он редактируемый, отслеживаемый и измеримый. Коды поставляются с коротким URL-адресом, в который встроено фактическое содержимое. Следовательно, после создания динамического кода вы можете изменять, редактировать и обновлять информацию URL-адреса в любое время, это позволяет создавать свои стратегии QR-кода без перепечатки кода (рис. 2)





Рисунок 2 – Бизнес-процесс новой услуги «Оплата по QR-коду»

Далее представим основные преимущества от использования QR-кода для салона красоты.

1. Использование нового дополнительного инструмента для приема платежей повышает лояльность клиента.
2. За новый тип эквайринга банки готовы предложить более низкую комиссию, чем за стационарные терминалы. Регулятор установил комиссию максимум 0,7% от суммы платежа.
3. QR-коды подходят для приема, как онлайн-, так и оффлайн-оплат.
4. Денежные средства практически мгновенно попадают на счет, минуя процессинговые центры.
5. Высокая скорость и простота в подключении СБП.
6. Отсутствует дополнительное оборудование, требующее подключение к интернету и электросети. Проследить поступление можно в личном кабинете банка на мобильном телефоне продавца.

Для улучшения качества обслуживания необходимо составить карту потока ценностей, что позволит увидеть процесс как цепочку увязанных между собой операций и представить будущий поток создания ценности. Карта потока создания ценности помогает выявить потери в системе, (рис. 3).

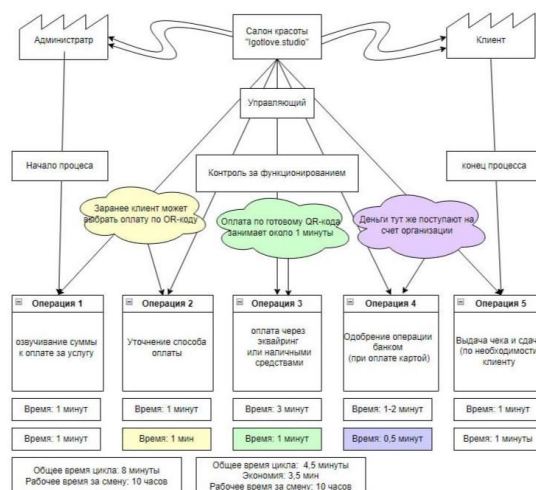


Рисунок 3 – Карта потока ценности бизнес-процесса оплаты новой услуги с помощью QR-кода





Таким образом, сокращение времени при оплате услуги по QR-коду позволит салону красоты обслуживать большее количество клиентов и повысит их лояльность. Стандарты обслуживания позволяют укрепить имидж организации, увеличить прибыль, привлечь новых клиентов и удерживать существующую клиентскую базу.

Список использованных источников:

1. Копышева, Т.В., Яркова, Т.А. Особенности деятельности торгового предприятия на современном этапе / *Фундаментальные исследования*. 2017. № 5-1. С. 156-160.

© Шубина Е.Е., Ильина С.И., 2023

УДК 331.5

**МОЛОДЕЖЬ НА РЫНКЕ ТРУДА:
ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Шуваева А.С., Масленникова Д.Н.

Научный руководитель Левченко П.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Молодежь на рынке труда – это одна из наиболее актуальных и важных проблем, с которой сталкивается современное общество. Сегодня молодые люди сталкиваются с множеством трудностей при поиске работы, их занятость и заработная плата не соответствуют их квалификации и потенциалу. В этой статье мы рассмотрим проблемы, тенденции и перспективы молодежи на рынке труда.

Занятость молодежи на рынке труда зависит от мировой и национальной экономической ситуации. Таким образом, в советское время было гарантировано трудоустройство выпускников за счет их адресного распределения. Вроде бы есть точная гарантия трудоустройства, но выпускники уже давно дислоцированы в отдаленных уголках страны и с низкой зарплатой, что не устраивало амбиций молодого специалиста.

При переходе к рыночной экономике эта практика была утеряна, и современные выпускники стали сталкиваться с рядом проблем, появившихся на рынке труда.

Одной из главных проблем молодежи на рынке труда является низкая занятость. Молодые люди испытывают большие трудности при поиске работы, так как работодатели предпочитают нанимать более опытных и квалифицированных кандидатов. Кроме того, многие молодые





люди вынуждены работать на неквалифицированных должностях или в сферах, не связанных с их профессиональными интересами [1].

Еще одной проблемой является низкая заработная плата. Молодые люди часто получают меньше, чем их старшие коллеги несмотря на то, что они выполняют ту же работу. Это связано с тем, что молодые люди обладают меньшим опытом и квалификацией, что делает их менее привлекательными для работодателей.

Также важной проблемой является отсутствие стабильности на рынке труда. Многие молодые люди вынуждены работать на временных или сезонных работах, что не обеспечивает им достаточной стабильности и уверенности в завтрашнем дне.

В результате проблем молодые специалисты становятся нетребовательными в рыночных условиях, на фоне этой неопределенности возникает неполная занятость или безработица. Существующие условия приводят к утрате молодыми специалистами навыков, приобретенных в процессе обучения, и, как следствие, к неудовлетворенности собой, что ведет к социальной изоляции.

Так же, в России в 2019-2020 годах в связи с началом развития новой коронавирусной инфекции COVID-19 и переходом страны на удаленную работу, привело к высокому уровню безработицы, побившему многолетние рекорды. Уязвимым звеном в данной ситуации была молодежь, особенно выпускники высших и средних профессиональных учебных заведений, окончившие обучение в 2019 году, уровень безработицы в данной категории составил 15,7%. Новое поколение выпускников было просто не востребовано в нынешней экономической ситуации [3].

Наибольшие трудности с трудоустройством возникают у выпускников со средним профессиональным образованием. Среди выпускников вузов спрос на аспирантов невелик. Поскольку работодатели не понимают, кто такие выпускники, они часто поддаются стереотипу о том, что выпускник хорошо подготовлен. В результате это намеренно затрудняет объективные ожидания кандидатов и приводит к менее конкретным требованиям к работе.

Среди тенденций, которые можно наблюдать на современном рынке труда, есть и те, которые связаны с молодежью. Одной из таких тенденций является увеличение числа молодых людей, которые предпочитают работать на фрилансе или заниматься предпринимательской деятельностью. Это связано с желанием большей свободы и гибкости в работе, а также возможностью зарабатывать больше денег.

Еще одной тенденцией является увеличение числа молодых людей, которые работают в сфере информационных технологий. Это связано с





ростом интереса к IT-технологиям и высоким заработкам в этой области [2].

Также можно отметить рост числа молодых людей, которые работают в сфере услуг. Это связано с тем, что услуги становятся все более востребованными в современном обществе.

В целом, тенденции на рынке труда меняются со временем и зависят от многих факторов. Однако, для молодых людей всегда будет важно иметь высокий уровень образования и профессиональных навыков, а также быть готовыми к изменениям и адаптации на рынке труда.

Несмотря на проблемы, молодежь имеет большие перспективы на рынке труда. Современный мир предоставляет множество возможностей для развития и реализации своих талантов и интересов. Важно, чтобы молодые люди обладали необходимыми знаниями и навыками, чтобы быть конкурентоспособными на рынке труда.

Для этого необходимо улучшить систему образования и подготовки молодежи к будущей профессиональной деятельности. Также важно создавать благоприятные условия для развития бизнеса и инноваций, чтобы молодые люди имели возможность реализовывать свои идеи и проекты.

С ростом экономики возрастает и спрос на рабочую силу, что создает новые возможности для молодых людей. Кроме того, существуют программы и инициативы, направленные на поддержку молодежи в поиске работы и развитии карьеры.

Для того чтобы повысить свои шансы на рынке труда, молодые люди должны стремиться к получению высшего образования и дополнительных профессиональных навыков. Они также должны быть готовы к изменениям на рынке труда и адаптироваться к новым условиям. В целом, перспективы молодежи на рынке труда зависят от многих факторов, включая экономическую ситуацию в стране, уровень образования и профессиональных навыков, а также готовность к изменениям и адаптации.

В заключение, молодежь на рынке труда сталкивается с множеством проблем, но у нее также есть большие перспективы. Важно обеспечить молодежи необходимые знания и навыки, чтобы они могли успешно конкурировать на рынке труда и реализовывать свой потенциал.

Список использованных источников:

1. Антонова Г.В., Мирзабалаева Ф.И., Бондарчук А.Г. Проблемы трудоустройства выпускников образовательных организаций в условиях пандемии коронавируса // Экономика труда. – 2020. – № 12. – с. 1249-1268. – doi: 10.18334/et.7.12.111230 .





2. Лопатина М.В., Леонова Л.а., Травкин П.В. и др. Выпускники среднего профессионального и высшего образования на российском рынке труда. / информационный бюллетень. - М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. – 72 с.

3. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13265>

© Шуваева А.С., Масленникова Д.Н., 2023

УДК 331

ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В РОССИИ: ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ

Щедрина М.А., Джавадов Т.А., Шильцова А.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Под трудовыми отношениями принято понимать отношения работника с работодателем по использованию его личной способности к труду, т.е. его рабочей силы в общем процессе конкретной организации труда [1] Однако, трудовые отношения представляют более сложную систему со своей внутренней структурой. Их нельзя ограничивать только рамками рынка труда. На рынке труда отношения между работником и работодателем только зарождаются. В последствии они находят свое развитие в процессе труда и касаются таких важных для их субъектов проблем, как организация и нормирование, условия труда и его безопасность, система оплаты [4].

В настоящее время наблюдаются процессы, оказывающие непосредственное влияние на сферу труда: усиление информатизации общества и экономических отношений, автоматизация и роботизация, миграционные процессы. Как следствие, происходит изменение в составе и значимости профессий, расширяются такие формы занятости, как совместительство и дополнительная занятость, работа на условиях неполного рабочего дня и гибкого графика работы. В соответствии с этим, меняется и предметно-содержательная область трудовых отношений. Труд становится всё более индивидуализированным и децентрализованным, а для работодателя большую важность приобретает не процесс труда, а его результат. Таким образом, можно сделать вывод, что трудовые отношения – это основанные на соглашении (формальном или неформальном) отношения, складывающиеся между субъектами трудовой деятельности непосредственно в процессе этой деятельности [1].





Вовлекая в данное определение не только отношения в процессе труда, но и другие социальные аспекты, связанные с трудовой сферой (социальное партнерство, условия труда, престижность профессии, мотивация труда и т.д.), приходим к понятию социально-трудовых отношений, содержание которого значительно шире. Всё это требует новых подходов к осмыслению, организации и регулированию трудовых отношений в сложившихся условиях (пандемия, сокращение экономической активности, цифровизация и т.д.).

Таким образом, целью исследования является необходимость выявить основные возникающие в условиях информатизации общества и экономических отношений тенденции развития трудовых отношений, обозначить их особенности, с тем чтобы в дальнейшем иметь возможность учитывать данные тенденции в процессе совершенствования трудовых отношений на современном этапе развития национальной экономики.

На сегодняшний день имеется достаточно много публикаций, освещающих вопросы изменения трудовых отношений под влиянием различных факторов. Попытки по-новому оценить происходящие изменения как в системе трудовых отношений, так и в обществе в целом, были предприняты рядом отечественных специалистов.

Анализу развития трудовых отношений в современной России посвящены работы таких отечественных ученых, как Р.И. Капелюшников, В.Е. Гимпельсон, С.Г. Кирдина. Проведенный в их работах анализ занятости и трудовых отношений позволяет сделать вывод о том, что чрезвычайные антикризисные меры по поддержанию занятости в краткосрочной перспективе достаточно эффективны, однако долгосрочная политика является предметом серьезных дискуссий [5].

Также стоит отметить особый интерес западных специалистов к развитию и высокой гибкости российского рынка труда. Так, одна из таких работ была представлена английскими экономистами Р. Лэйардом и А. Рихтер, которые первыми заговорили об особом «русском» пути в сфере занятости (разработанный ими подход во многом определил оценки и рекомендации экспертов Организации экономического сотрудничества и развития). По их наблюдениям, российский рынок труда демонстрирует уникальную степень гибкости, которой не хватает рынкам труда большинства других стран. На этом основании было высказано предположение, что в России реструктуризация занятости и трудовых отношений в целом будет отличаться высокими темпами и что ее удастся осуществить, минуя фазу высокой открытой безработицы. К сожалению, эти надежды не оправдались [5].

Также, доктор экономических наук и социолог В.Л. Иноземцев отмечает, что на российском рынке труда начинает возникать всё большая





конкуренция в сфере массового индустриального производства. Такая ситуация связана с постепенным сокращением потребности в малоквалифицированном труде в промышленном производстве, а также сокращением уровня его оплаты.

Несмотря на пристальное внимание отечественных и западных ученых к проблемам становления и изменения трудовых отношений, данные вопросы остаются актуальными в настоящее время вследствие постоянно изменяющейся экономической, политической и социальной среды России.

В процессе функционирования системы трудовых отношений, происходит ее трансформирование, изменяются тенденции ее существования. Таким образом, целесообразным представляется рассмотрение основных тенденций в развитии трудовых отношений в России на современном этапе, учитывая влияние пандемии и политических факторов.

1. Влияние научно-технического прогресса. Важной основой для внедрения новой организации производства и, соответственно, новых трудовых отношений являются новые технологии. Новые технологии позволяют с возрастающей интенсивностью замещать рабочую силу, прежде всего в направлении избавления от рутинных, машиноподобных операций.

Одним из объяснений влияния технологии на трудовые отношения является гипотеза о том, что технологические новшества стимулируют развитие различных специальностей. И электричество, и компьютерные технологии привели к росту спроса на квалифицированный труд, в то время как механизация производства в эпоху господства пара в XIX в. повысила относительный рост спроса на низкоквалифицированных работников. Поэтому, возможно, основным фактором являются не темпы научно-технического прогресса, а его характер [2].

Следует отметить, что на сегодняшний день люди теряют работу не только из-за распространения новых технологий, но и из-за экономического кризиса. Как утверждается в докладе «Будущее рабочих мест 2020», опубликованного Всемирным экономическим форумом (ВЭФ), к 2025 г. новые технологии сократят 85 млн. рабочих мест и создадут взамен 97 млн. новых. Но при этом новые рабочие места будут появляться значительно медленнее, чем начнут исчезать старые [10].

В основе данного доклада положены результаты опроса руководителей, отвечающих за кадровую политику, стратегию и инновации в компаниях, работающих в 26 странах мира в 15 отраслях экономики и социальной сферы. Так, 80% российских компаний в своих стратегиях развития в ближайшие пять лет планируют внедрять облачные





вычисления, 75% – анализ больших данных, 73% – шифрование и безопасность, 72% – обработку текста, изображений и голоса, 71% – искусственный интеллект (машинное обучение, нейронные сети, обработка естественного языка) [10].

Таким образом, значительно усугубила неравенство на рынке труда и пандемия COVID-19, приведшая к остановке роста занятости и ускорению внедрения цифровых технологий.

2. Условия труда и риски их ухудшения. В настоящее время современное производство предъявляет всё более жесткие требования к созданию нормальных условий труда. При этом, несмотря на всю работу, проводимую в этом направлении, проблемы остаются и вопросы безопасности работников по-прежнему актуальны. Так, согласно данным Росстата, в 2021 г. 21,6 тыс. чел. пострадали на производстве от несчастных случаев, из них 1,21 тыс. – смертельные случаи [9] Если сравнивать эти данные с показателями 2011 года, то это в 2 раза меньше, когда были зафиксированы 43,6 тыс. случаев (рис. 1).

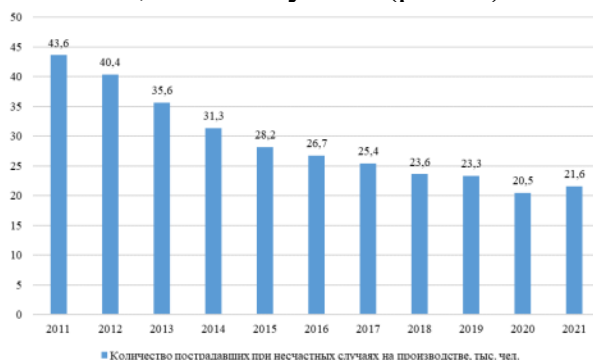


Рисунок 1 – Количество пострадавших при несчастных случаях на производстве за период 2011-2021 гг., тыс. чел.

В 2020 г. сохраняется устойчивая тенденция к снижению уровня производственного травматизма. Однако, в 2021 году отмечается рост несчастных случаев на производстве на 5,6%. Эксперты связывают эту тенденцию с ростом автоматизации и механизации производства: на предприятиях применяются все более сложные и опасные машины, которые в результате контакта с человеком способны нанести ему серьезные травмы.

3. Гибкое рабочее время и гибкие рабочие места. Наличие разнообразных видов занятости позволяет учитывать разнообразные потребности и интересы работодателей и работников, обеспечивая при этом положительное влияние на производительность труда, удержание работников, качество работы.

Данная тенденция стала особенно актуальна в условиях коронавирусной инфекции. Так, доля россиян, работающих в компаниях,





полностью перешедших на «удаленку», выросла с 3 до 14% за период с марта по май 2020 г. [6]. Однако данный формат могут использовать не все организации. В первую очередь, такой формат удобен для специалистов, занятых интеллектуальной деятельностью (дизайнеры, программисты, переводчики).

Данную тенденцию следует рассматривать с двух сторон – работника и работодателя. Для работника бесспорным преимуществом является возможность самостоятельно распределять свое рабочее время, ее отметили 79% опрошенных HeadHunter [6]. В числе других преимуществ также было отмечено то, что: не нужно тратить время на поездки до офиса (75%); можно работать из любой точки мира, работник не привязан к конкретному рабочему месту (64%); есть возможность выполнять несколько видов работ (47%).

Но неоспоримым минусом является отсутствие живого общения вообще и по рабочим вопросам в частности – на это пожаловались 43% респондентов. Также отмечается недовольство изменением условий карьерного и профессионального роста (35%) и отвлекающими от работы бытовыми факторами (34%). Только 44% опрошенных отметили, что им никто не мешает работать [6].

Для работодателя такая форма организации работы позволяет расширить географию поиска сотрудников. Становится гораздо проще и выгоднее нанимать сотрудников из других регионов, в том числе в формате фриланса. Нельзя не отметить и экономию на аренде помещений, организации рабочих мест для сотрудников, покупке канцелярских принадлежностей и т.д.

COVID-19 подтолкнул организации расширять применение удаленного режима работы за счет цифровизации многих рабочих процессов (83%). Как отмечается в докладе ВЭФ, пандемия разделила работников на три категории: жизненно необходимый для организации персонал, который работает на местах; удаленные работники, которые могут работать дистанционно, и сохранят свои рабочие места, и уволенные работники. Таким образом, в настоящее время все эти три типа работников сталкиваются с необходимостью дополнительного обучения, переквалификации. К основным навыкам, которыми должны овладеть работники к 2025 г., относятся критическое мышление, умение анализировать и находить комплексное решение проблем, навыки самоуправления и активного обучения, стрессоустойчивость и гибкость [10].

Особенностью сегодняшнего дня является то, что цифровизация, ускоренная пандемией, способствовала увеличению спроса на высококвалифицированный труд специалистов в этой сфере, при этом





сильно пострадал сегмент средней квалификации, так как автоматизация заменяет рутинный труд. Необходимость в цифровых компетенциях возрастет практически во всех профессиях. Специалисты тех сфер, которые наибольшим образом пострадали в пандемию, теперь претендуют на другие вакансии, увеличивая конкуренцию на рабочие места [4].

4. Неопределенность относительно длительности отношений занятости. В настоящее время на рынке труда наблюдается существенное сокращение постоянных рабочих мест – прекаризация, т.е. относительно гарантированные ранее трудовые отношения становятся негарантированными и незащищенными [2]. В процессе прекаризации работники могут терять трудовые гарантии и права, которые в течение длительного времени предоставлялись им ранее. Работники больше не уверены в том, что они будут работать у конкретного работодателя длительное время в силу отсутствия гарантий с его стороны.

Соответственно, неопределенность порождает риски для всех субъектов труда, так как отношения между ними могут закончиться в любой момент, что в свою очередь способствует частичной утрате квалификации и профессиональных навыков. Таким образом, работники вынуждены чаще менять место работы. Большинство из них работают, заключая срочные контракты и договоры, не имея возможности получать социальную поддержку от государства, пенсионное обеспечение, отпуск, пособия по безработице, больничные.

5. Скрытый характер отношений занятости – неформальная занятость. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики по рынку труда в России, доля неформально занятых работников составляет 20-25% от всех занятых по данным Росстата и 10-15% – по международной методике оценки [9] (рис. 2).

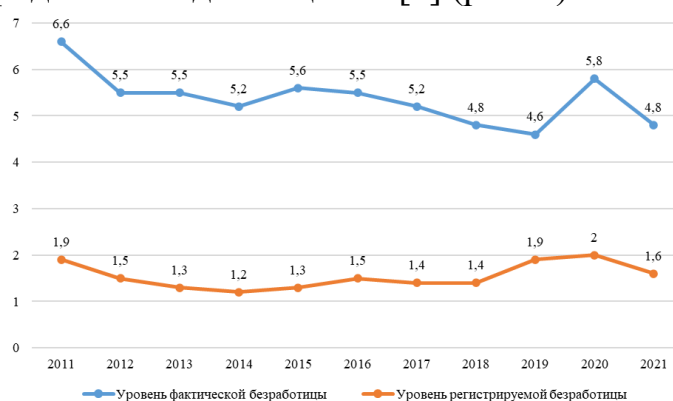


Рисунок 2 – Динамика уровня фактической и зарегистрированной безработицы за период 2011-2021 гг., %

Основные причины такой ситуации: несовершенство трудового законодательства, позволяющее уклоняться от соблюдения законов, и при этом недостаточно жесткие и малоэффективные санкции за нарушения;





готовность самих граждан работать без юридического оформления трудовых отношений, что гарантировало бы им соблюдение социальных гарантий и правовую защиту; недостаточно высокий уровень оплаты труда в формальном секторе экономики.

Очевидным минусом неформальной занятости является незащищенность работника – отсутствие каких-либо официально оформленных отношений, касающихся трудовой деятельности, приводит к бесправию наемного работника, который вынужден соглашаться на менее выгодные условия труда; оплата труда по договоренности не гарантирует своевременности и полноты ее получения.

Последствия со стороны работодателя – отсутствие законной возможности требовать высокого качества труда; низкая лояльность работников; экономия на налогах и социальных выплатах, связанная с возможностью признания бизнеса незаконным.

Со стороны государства – недополучение средств бюджетом, что не позволяет государству исполнять свои обязательства перед гражданами в полной мере. Так, значительная часть работников находится вне системы социальных гарантий и не имеет возможности развивать свои профессиональные компетенции, тем самым сокращаются и возможности государства по развитию человеческого капитала.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики по рынку труда в России, в 2021 г. концентрация неформально занятых была наибольшей в сфере торговли и ремонте автотранспортных средств (32,7% от всех неформально занятых), сельском, лесном хозяйстве и промыслах (16,8%), а также в строительстве (11,7%), транспортировке (9,9%) и обрабатывающем производстве (9,5%) [9].

Такое положение объясняется спецификой данных отраслей, в которых получило широкое распространение использование неквалифицированной рабочей силы. Основная доля работников, не имеющих официально оформленных трудовых отношений, работает на рабочих местах, не требующих специальной подготовки.

Времена, когда работодатель, подписывая бессрочный трудовой договор, обеспечивал работнику на неограниченный период времени рабочее место и безопасные условия труда, гарантировал занятость и заработную плату, уходят в прошлое. На смену приходят новые формы организации занятости – срочный трудовой контракт или работа по гражданско-правовому договору.

6. Неустойчивый размер заработной платы. Заработная плата всегда выступает одним из ключевых элементов издержек работодателя. Так, с учетом легкой заменимости работников работодатель может значительно снизить ее размер до уровня, не ограниченного требованиями ТК в части





минимального размера труда. При этом заниженная оплата труда способствует сокращению стимулов к высокопроизводительному и качественному труду.

7. Ограничение возможностей воспроизводства профессиональных навыков. Интенсификация труда приводит к тому, что работники лишаются возможности уделять время своему профессиональному развитию, а работодатели особо не стремятся вкладывать деньги в обучение персонала. В силу того, что отсутствует уверенность в завтрашнем дне, что работа на данного работодателя или по данной профессии будет актуальна, работники не видят перспектив в самоопределении и профессиональном росте.

Исследование, проведенное Евразийским институтом конкурентоспособности и консалтинговой компанией Strategy Partners, и опубликованное в докладе «Будущее рабочих мест 2020», показывает, что 43% ныне действующих профессий выйдут из обращения к 2030-2035 гг. Прогнозируется, что в ближайшие десять лет примерно 6,5 млн. рабочих мест могут исчезнуть, а 20 млн. рабочих мест претерпят существенные качественные изменения в требованиях к тому, что будет делать человек. То есть, можно предположить, что мы потеряем 26,5 млн. имеющихся рабочих мест и получим 20 млн. новых, но с другими требованиями [8].

8. Изменение структуры занятости в России. Идет переток рабочей силы из промышленных отраслей в сферу услуг, что сопровождается ростом категории временных работников. Уровень трудоемкости изменяет распределение работников по двум противоположным направлениям: работа с низкой трудоемкостью требует высокой профессиональной подготовки; работа с высокой трудоемкостью обеспечивается работниками с низкими требованиями к уровню квалификации.

Так, растет число мигрантов, приезжающих в Россию в поисках заработка и готовых работать без официального оформления трудовых отношений (рис. 3). По данным МВД, в 2022 г. было поставлено на учет 16,9 млн. чел. На сегодняшний день Россия занимает четвертое место в мире по числу принятых мигрантов. Отсутствие разрешения на работу подталкивает нелегальных мигрантов к поиску низкоквалифицированного труда на любых условиях его оплаты. Это не может не оказывать влияния на закрепление низкого уровня развития производства и его производительности [9].

Однако, большинство экспертов соглашаются с необходимостью миграции для развития России, вопрос остается лишь в том, сколько необходимо мигрантов, учитывая профессии, квалификации и сферы занятости.





Рисунок 3 – Динамика числа фактов постановки на миграционный учет иностранных граждан и лиц без гражданства, млн. чел.

К основным параметрам использования иностранной рабочей силы на российских предприятиях можно отнести [2]: нежелание российских работников идти на тяжелую работу; возможность нанимать мигрантов на время, в зависимости от сезона и перепадов конъюнктуры; меньший объем расходов на социальные и пенсионные выплаты; возможность сверхурочной работы иностранных работников без дополнительной оплаты.

Согласно данным Всероссийского центра изучения общественного мнения, 70% работающих россиян допускают для себя возможность иметь дополнительную занятость, приносящую доход. Среди всех россиян хотел бы найти себе подработку 71% [3]. Основные сферы занятости или виды деятельности, где хотели бы подработать россияне, – продажа или торговля (8%), строительство (8%) и образование (5%). О способах подработки в Интернете большинство (56%) ответили, что не знают таковых, 20% затруднились ответить на данный вопрос. При выборе работодателя наиболее важными для россиян критериями выбора являются хорошая зарплата (4,69 балла из 5 возможных), своевременность выполнения компанией обязательств (4,66 из 5 возможных), важность следования нормам безопасности при организации рабочего процесса (4,57 из 5 возможных), наличие благоприятного психологического климата (4,52 из 5 возможных), наличие возможности реализовать свои знания и навыки на рабочем месте (4,50 из 5 возможных), удобные часы работы и комфортные условия труда (4,46 из 5 возможных), наличие социального пакета (4,36 из 5 возможных) [3].

Таким образом, в ходе проведенного исследования современных трудовых отношений в России, были выявлены основные моменты их развития, как положительные, так и отрицательные. В качестве основных моментов, характеризующих развитие трудовых отношений на сегодняшний день, можно отметить следующие:

1. Изменение процесса организации работы: рост объема удаленной работы, возникновение необходимости в использовании новых





инструментов, что привело к неизбежности в решении новых проблемы в области коммуникаций между работниками и работодателями, коллегами и партнерами, работниками и заказчиками.

2. Пандемия, начавшаяся с марта 2020 года, привела не только к сокращению числа рабочих мест, но и ускорила их трансформацию. Цифровизация рабочих процессов вызвала необходимость овладения работниками новыми компетенциями: способности самому обустроить рабочее место, самостоятельно решать новые задачи, активно и быстро обучаться новым навыкам, сочетать работу с домашними делами.

3. Распространение новых форм и видов организации занятости – работа по краткосрочным контрактам, частичная занятость, удаленный труд, свободная занятость (фриланс), аутсорсинг.

4. Перераспределение рабочего времени – график становится ненормированным, возникновение трудностей с самодисциплиной.

5. Необходимость использовать новые методы контроля и учета рабочего времени удаленного персонала с целью сохранения их эффективности на прежнем уровне, темпов исполнения, не допущения снижения объема и качества выполняемых задач.

6. Изменение профессиональной структуры трудовых ресурсов. Одни отрасли сталкиваются с дефицитом кадров, другие – с избытком. На ситуацию повлияли и события начала 2022 года, и последовавшие санкции. Растет спрос на работников в сфере строительства и недвижимости, добычи сырья, рабочего персонала, продаж, транспорта, логистики. В то же время сокращается спрос по таким направлениям, как автомобильный бизнес, банковский и страховой сектор, наука и образование, маркетинг и реклама. Тенденции на 2023 год могут измениться под влиянием перестройки экономики в новых условиях. Этот процесс уже сейчас сопровождается ростом спроса на кадры в отдельных секторах [1].

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что недостаточная изученность изменений в характере труда, может привести к негативным последствиям как для государства, так и для работодателей и работников.

Список использованных источников:

1. Андреев, П. В. Трудовые отношения: вектор на цифровизацию [Электронный ресурс] – М. : Адвокатская газета, 2021.;

2. Волгин А.Д., Гимпельсон В.Е. Спрос на навыки: анализ на основе онлайн-данных о вакансиях [Электронный ресурс] : препринт WP3/2021/05 / А. Д. Волгин, В. Е. Гимпельсон ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. – 34 с.;





3. Всероссийский центр изучения общественного мнения: офиц. сайт. URL: <http://wciom.ru/>;
4. Доклад о человеческом развитии в Российской Федерации за 2020 год / под ред. С.Н. Бобылева, Л.М. Григорьева. М.: Аналит. центр при Правительстве Рос. Федерации, 2020. 172 с.;
5. Капелюшников, Р. И. Анатомия коронакризиса через призму рынка труда [Текст] : препринт WP3/2021/09 / Р. И. Капелюшников ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. – 60 с.;
6. Работа рядом с домом: хорошо это или плохо? // HeadHunter. 14 июня 2020. URL: <https://hh.ru/article/14419>;
7. Российский рынок труда: тенденции, институты, структурные изменения / под ред. В. Е. Гимпельсона, Р. И. Капелюшников, С. Ю. Рощина. – М. : Высш. шк. экономики, 2020. – 145 с.;
8. Работа в будущем: 85 млн рабочих мест исчезнут, 97 млн появятся // HeadHunter. 05 августа 2021. URL: <https://hh.ru/article/28899>;
9. Федеральная служба государственной статистики: офиц. сайт. URL: <http://www.gks.ru>;
10. The Future of Jobs Report 2020: офиц. сайт. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>.

© Щедрина М.А., Джавадов Т.А., Шильцова А.В., 2023

УДК 332.85 : 658.2

ЛЬГОТНАЯ ИПОТЕКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ

Щелко М.А., Пупенцова С.В.

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

Последние три года (2020-2023 гг.) являлись достаточно сложными ввиду многих изменений в экономической и политической сферах, что не могло не оказать влияния и на рынок недвижимости. Из-за кризисной ситуации покупательная способность граждан значительно снизилась, что и послужило поводом введения льготной ипотеки, чтобы сделать жилье более доступным и поддержать строительную отрасль.

Цель исследования – проанализировать и обобщить текущее состояние льготного кредитования на рынке недвижимости. Задачи исследования: представить определение, нормативную базу, объекты и субъекты льготной ипотеки; выполнить корреляционный анализ ставки льготного кредитования недвижимости и цен на жилую недвижимость за





период 2020-2023 гг.; представить прогноз ставок по кредитам и цен на жилую недвижимость в г. Москва. Материалы и методы решения задачи – корреляционный анализ, синтез, индукция (индуктивное обобщение (эмпирическое)), конкретизация, сравнение, методы анализа, синтеза.

Для начала разберемся с тем, что такое льготная ипотека. Данный вид ипотечного кредитования позволяет брать деньги в долг по более низкой ставке для определенных групп граждан, чтобы сделать жилье более доступным. Таким образом, человек платит процент ниже, чем на рыночных условиях, а эту разницу субсидирует государство. Основным законом, который регулирует ипотечное кредитование, является Федеральный закон от 16 июля 1998 г. № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)». Положения о льготной ипотеке отражаются в постановлениях Правительства РФ. Последнее такое положение было издано 28 декабря 2022 года – Постановление Правительства РФ от 28 декабря 2022 г. №2485 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам жилищного (ипотечного) кредитования граждан Российской Федерации [1]. В данном нормативном акте содержится информация о продлении программы льготной ипотеки до 1 июля 2024 года.

Программа льготной ипотеки была запущена весной 2020 года в связи с падением спроса на жилье. Воспользоваться программой мог любой гражданин Российской Федерации, ставка составляла 6,5% (и действовала весь срок кредитования), первоначальный взнос должен был быть не менее 20%, максимальная сумма кредита в регионах 3 миллиона рублей, в Москве и Санкт-Петербурге – 8 миллионов, взять ипотеку можно на любую готовую квартиру в новостройке или в строящемся доме [2].

Это действительно повысило продажи объектов недвижимости, и за первые девять месяцев 2020 года россияне заняли 2,7 триллионов рублей на покупку жилья. Однако, после продления льготной ипотеки в 2021 году, ситуация изменилась – из-за увеличенного спроса на покупку недвижимости по льготным условиям цены на жилье выросли, что сделало стоимость покупки жилья уже не такой выгодной. Условия для взятия ипотеки остались примерно такими же, однако максимальная сумма кредита снизилась до 3 миллионов рублей для всех регионов, ставка составляла 7%, а первоначальный взнос должен быть не менее 15%. Таким образом, если в сентябре 2020 года средняя стоимость за квадратный метр составляла 188 тысяч рублей, то в декабре 2020 года, после объявления о продлении программы, цены взлетели до 210 тысяч рублей. За 2021 год цены увеличились еще больше и составляли 250 тысяч за метр квадратный. В 2022 году ситуация была аналогичная – льготную ипотеку снова продлили в феврале, за чем последовал стремительный рост цен до 272





тысяч за метр квадратный. Условия снова претерпели некоторые изменения – максимальная сумма кредита должна была составлять 6 миллионов рублей для регионов и 12 миллионов рублей для Москвы и Санкт-Петербурга [3]. Но к концу 2022 года наблюдалась тенденция снижения спроса и увеличение предложения на рынке вторичной недвижимости.

Проведём корреляционный анализ ставки льготного кредитования и цен на жилую недвижимость в период с 2020 по 2023 год. Отметим тесную взаимосвязь стоимости жилья и ставки льготного кредитования. Коэффициент корреляции получен на уровне 95%. В 2020 году была достаточно низкая ставка кредитования, что было очень привлекательным для желающих купить жилье. По этой причине спрос вырос, что повлекло за собой повышение цен. В 2022 году стоимость за квадратный метр выросла в среднем на 73 тысячи рублей при ставке льготного кредитования в 7%, и после этого спрос стал стремительно снижаться, что повлекло за собой падение цен в 2023 году. На данный момент ставка льготного кредитования составляет 8% и уже не так сильно стимулирует людей покупать недвижимость.

На фоне всех этих событий всё пришло к одному итогу – избыток предложения и значительное снижение спроса на рынке недвижимости. Избыток предложения обусловлен:

во-первых, наращиванием темпов строительства застройщиками во время повышенного спроса, что привело к большому количеству пустующих объектов;

во-вторых, отъездом из страны значительного количества граждан, которые хотят продать своё жильё;

в-третьих, желанием инвесторов продать свои объекты, доходность по которым за 2022 год снизилась примерно на 20%;

в-четвёртых, уменьшение спроса, вызванное снижением покупательной способности граждан.

Очевидно, что такая ситуация влечет за собой снижение цен на жильё, что и произошло в реальности. К концу 2022 года цены снизились до 250 тысяч рублей за квадратный метр, что соответствует ценам на конец 2021 года. Для большей наглядности представим данные в виде графика на рис. 1.



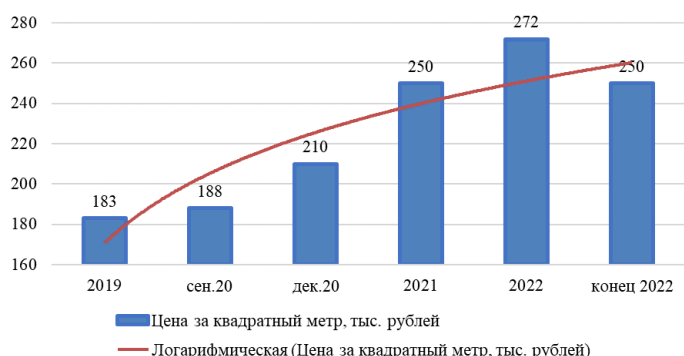


Рисунок 1 – Динамика стоимости жилья в Москве в период 2019-2022 гг. Составлено авторами по данным [4].

Исходя из данных на рис. 1 можно выдвинуть предположение, что цены на рынке недвижимости в ближайшее время будут снижаться, поскольку объектов на рынке все так же много, желающих приобрести недвижимость осталось мало, а цены все еще высокие.

С целью балансировки нестабильной ситуации на рынке жилой недвижимости, были разработаны меры государственной поддержки по ипотеке [5]. Существует несколько типов подобных ипотек: для IT-специалистов, ипотека на новостройки, семейная, сельская, дальневосточная (рис. 2).

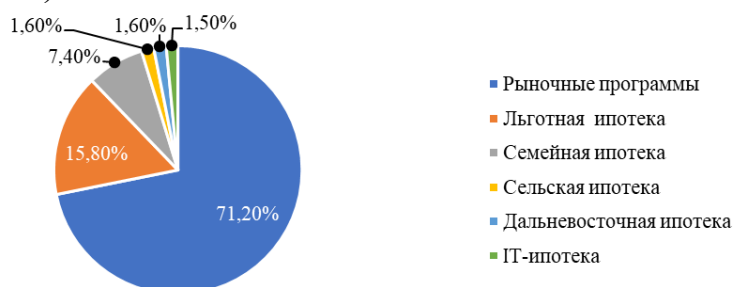


Рисунок 2 – Структура ипотечных кредитов 20 крупнейших банков. Составлено авторами по данным [6]

В конце 2022 года государство стало задумываться над отменой льготной ипотеки, поскольку она влечёт за собой негативные последствия. Тем не менее теперь программу снова продлили, но с небольшим повышением льготной ставки (на этот раз это была вынужденная мера, поскольку резкая отмена льготной программы может привести к падению рынка недвижимости). Таким образом, в ближайшее время ставка по ипотеке будет медленно повышаться.

Таким образом, сегодня мы находимся в состоянии экономической неопределенности и ожидания того, что произойдёт на рынке недвижимости. Кто-то ассоциирует эти события с кризисом 2008 года в США, однако в нашей стране дела обстоят значительно лучше благодаря более жесткому регулированию в банковском секторе и своевременному





реагированию на появляющиеся проблемы. Государство активно поддерживает строительную отрасль и сектор жилой недвижимости. Так, льготные условия по ипотекам способствовали стабилизации спроса, а субсидированные ставки по проектному финансированию содействовали повышению предложения. Отметим, что спустя некоторое время ожидается снижение стоимости жилья, в том числе из-за повышения ставки по льготному кредитованию.

Список использованных источников:

1. Постановление Правительства РФ от 28 декабря 2022 г. №2485 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам жилищного (ипотечного) кредитования граждан Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1593953/> – открытый (дата обращения: 21.04.2023)

2. Как получить льготную ипотеку после 1 июля 2021 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://74.ru/text/economics/2021/07/07/70007576/#card_1 – открытый (дата обращения: 21.04.2023)

3. Условия льготной ипотеки на новостройки в 2023 году: что изменилось и сколько придется платить [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10963469> – открытый (дата обращения: 21.04.2023)

4. Динамика стоимости жилья в Москве [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.irn.ru/gd/za-3-goda/#begin> открытый (дата обращения: 22.04.2023)

5. Пупенцова С. В. Разработка модели прямой капитализации доходов при оценке недвижимости / С. В. Пупенцова, М. В. Камалова, М. С. Дьячков // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2017. – Т. 10, № 3. – С. 228-237. – DOI 10.18721/JE.10320. – EDN YTWHCSP.

6. Крутикова С. А. Риск-менеджмент проектов развития объектов недвижимости / С. А. Крутикова, А. С. Михайлина, С. В. Пупенцова // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2022. – № 3(35). – С. 52-64. – EDN CQGDQA.

© Щелко М.А., Пупенцова С.В., 2023





УДК 338.49

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Щербак Р.И.

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования «Академия маркетинга и социально-информационных технологий-ИМСИТ», Краснодар

Введение международных ограничений в отношении России существенно повлияло на социально-экономическое положение Краснодарского края в первой половине 2022 года. Как указывается в отчете регионального Министерства экономики, санкции привели к уменьшению оборота розничной торговли и общепита, а также замедлили рост в отраслях промышленности, транспорта и хранения, и платных услуг для населения.

Санкции первую очередь ударили по отраслям, которые зависят от импортных товаров, это такие отрасли как пищевая промышленность, сельское хозяйство, которые в свою очередь являются далеко не на последнем месте в экономике Краснодарского края. Согласно данным регионального Министерства экономики, за первое полугодие 2022 года в отрасли строительство объем работ уменьшился на 14% [1, 2]. Но с другой стороны, количество готовых жилых помещений увеличилось вдвое и превысил 3.9 млн. кв. м. Розничный товарооборот уменьшился на 4%, несмотря на благоприятную динамику за первые три месяца. Объем платных услуг для населения вырос на 4%, что меньше, чем 7% в первом квартале. Что связано с уменьшением потока клиентов в гостиницах, курортах и пр.

По данным министерства экономики деловая активность в регионе растет, увеличивается интерес отечественных инвесторов к реализации масштабных проектов. Так, на Петербургском международном экономическом форуме было подписано 30 соглашений с инвесторами на общую сумму 204 млрд. рублей. Во втором полугодии 2022 года реализовано 16 крупных инвестиционных проектов на сумму 21,5 млрд. рублей, еще 440 проектов находятся в стадии реализации [3].

Санкционное давление западных стран и ограничения технологического сотрудничества с зарубежными компаниями привели к серьезным переменам в нефтегазовой отрасли как в целом по России, так и в Краснодарском крае в частности. Нефтеперерабатывающие предприятия вынуждены были сдвинуть сроки реализации инвестиционных программ. Есть и немало других потенциальных рисков, с которыми может столкнуться отрасль в ближайшее время. Однако несмотря на все





сложности, проблемы и санкционные ограничения, нефтеперерабатывающие заводы Кубани продолжают стабильно работать [3].

В Краснодарском крае было принято ряд мер поддержки различных отраслей в связи с действием санкций, например:

1) для развития отдыха и оздоровления детей было выделено 60 миллионов рублей, также была предоставлена налоговая льгота для организаций, занимающихся отдыхом и оздоровлением детей;

2) лесной отрасли в Красноярском крае была предоставлена отсрочка уплаты арендных платежей за лесные участки, где заготавливают древесину;

3) в IT-отрасли Краснодарского края были приняты меры по развитию и поддержке, в частности, было предложено снижение налоговой ставки на доход с 6% до 1% и увеличение размера поддержки местных IT-компаний;

4) для поддержки системообразующих предприятий, малого и среднего бизнеса, представителей базовых отраслей (от АПК до санаторно-курортного комплекса, IT-компаний) были приняты меры поддержки [4, 5, 6].

В Краснодарском крае были приняты меры поддержки для улучшения ситуации. Например, ФНС России предложила перенос сроков уплаты налога по УСН за 2021 год и авансового платежа по УСН за первый квартал 2022 года для организаций и ИП. Кроме того, в Краснодарском крае были приняты беспрецедентные меры поддержки краевой промышленности. Эти меры включают в себя продление сроков уплаты страховых взносов и возможность получения рассрочки платежей.

Несмотря на введенные международные финансово-экономические санкции, экономика Краснодарского края вышла на положительный тренд развития. По итогам 2022 года динамика ВРП края составила 100,5%, с опережением среднероссийских параметров на 2,6%. Большинство отраслей продемонстрировали положительную динамику. Стабильное развитие основных отраслей экономики края обеспечило поступление налоговых и неналоговых доходов в консолидированный бюджет края в объеме 414,0 миллиарда рублей. Рост к предшествующему году – 113,8%, в абсолютной сумме прирост составил 50 миллиардов рублей.

Краснодарский край принимает различные меры для поддержки бизнеса и экономического роста. Например, в рамках нацпроекта «Цифровая экономика» предприятия смогут приобретать отечественное программное обеспечение вдвое дешевле за счет компенсации производителям 50% стоимости. Также были утверждены новые меры поддержки бизнеса, в том числе налоговая льгота для организаций,





занимающихся отдыхом и оздоровлением детей. Они освобождаются от налога на имущество в размере 99% на период 2023 года.

Краснодарский край предлагает множество мер поддержки для малого и среднего предпринимательства. Например, Центр поддержки предпринимательства Краснодарского края предлагает финансовую, имущественную и экспортную поддержку. Также в рамках проекта «Бизнес молодых» участники имеют возможность получить от регионального Фонда микрофинансирования займ до 1 миллиона рублей по ставке 0,1% годовых без залога и поручительств, и от 1 миллиона до 3 миллионов с залогом и поручительством. По условиям предполагается отсрочка платежей до года [7].

Санкции ударили по многим сферам промышленности Краснодарского края, в первом квартале почти каждая отрасль была либо в упадке, либо в стагнации, рынок был буквально шокирован наложенными ограничениями, нарушились существующие логистические сети, закрыты почти все южные аэропорты, заблокированы многие морские порты для кораблей. С одной стороны, может показаться, что Краснодарского края дела плохи, как и для России в целом, но на удивление многих экспертов Краснодарский край выдержал санкционный удар и уже сейчас в 2023 году показывает положительные результаты роста экономики.

Список использованных источников:

1. Замедляемся, но не падаем: что позволяет экономике Кубани выдерживать санкции [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dg-yug.ru/article/125624>

2. Соловьева Е. В. Строительная отрасль и пандемия COVID-19: новые вызовы и возможности / Е. В. Соловьева, В. Н. Бердникова // Beneficium. – 2021. – № 3(40). – С. 35-42. – DOI 10.34680/BENEFICIUM.2021.3(40).35-42. – EDN WFAKMX.

3. Министерство экономики Краснодарского края [Электронный ресурс]. URL: <https://economy.krasnodar.ru/>

4. Тахумова О.В., Денисова О.Г. Оценка экономической безопасности сельскохозяйственных предприятий Краснодарского края в условиях санкций // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2022. - №5. – С. 157-160. – EDN JZZEAY.

5. Бердникова В. Н. Строительный бизнес в условиях новой экономической реальности: проблемы и Перспективы / В. Н. Бердникова, Ю. М. Пылаева, Э. В. Шекемова // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. – 2022. – № 3. – С. 83-90. – DOI 10.37691/2311-5351-2022-0-3-109-118. – EDN MNTBND.

6. Оборин М.С., Сарян А.А. Проблемы развития курортов Краснодарского края в условиях геополитической нестабильности //





Сервис в России и за рубежом. – 2022. – №2. – С. 144-159. – EDN BGVCKC.

7. Махненко С.И., Новикова Г.А. Влияние санкций на Краснодарский край // Инновации. Наука. Образование. – 2022. - №52. – С. 1384-1390. EDN SRDUDQ.

© Щербак Р.И., 2023

УДК 331.556.4

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Щур Я.С., Добринец Я.И.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

Международная миграция рабочей силы имеет давнюю историю. В ряде стран, таких как США, Канада, Австралия экономика, политическая система, культурные традиции сформировались под влиянием массовой иммиграции из стран Старого света в XVIII – начале XX вв. По имеющимся оценкам в середине 90-ых гг. XX в., 125 млн. человек жили за пределами тех стран, гражданами которых они являлись [2, с. 107].

В настоящее время в основном происходит миграция рабочей силы из бедных стран в более богатые. Миграция конца 20 – начала 21 веков вызвана, с одной стороны, стремлением получить большую оплату за свой труд за рубежом, а с другой – стремлением мигрирующих избежать религиозных, политических и иных репрессий на родине. Существует также зависимость между волнами миграции и колебаниями деловой активности: в фазу кризиса, как правило, поток эмигрантов увеличивается, а в фазу подъема и бума – активизируются иммиграционные процессы.

Трудовая миграция стала частью международных экономических отношений. Миграционные потоки устремляются из одних регионов и стран в другие. Порождая определенные проблемы, трудовая миграция обеспечивает несомненные преимущества странам, принимающим рабочую силу и поставляющим ее [3, с. 2].

Международная миграция трудовых ресурсов регулируется Законом Республики Беларусь № 169-3 от 17.06.1998. «О внешней трудовой миграции». Настоящий Закон устанавливает порядок выезда граждан Республики Беларусь для трудоустройства за границу, привлечения иностранной рабочей силы в Республику Беларусь и определяет правовые нормы защиты трудящихся-мигрантов.





Актуальность данной темы обуславливается тем, миграция людей в другие страны – добровольно в качестве легальных или нелегальных иммигрантов, или не по своей воле в качестве беженцев – стала одной из наиболее сложных и весьма противоречивых проблем нашей эпохи.

Миграция трудовых ресурсов – это, прежде всего проявление диспропорции между экономическим и демографическим развитием страны. Однако, в экономической литературе существуют различные подходы к определению сущности вышеуказанного понятия, отдельные из которых представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Сущность категории «международная миграция трудовых ресурсов». Собственная разработка на основе анализа литературных источников

Автор	Сущность категории
Закон РБ № 169-3 от 17.06.1998. «О внешней трудовой миграции». [1]	Международная миграция трудовых ресурсов - добровольный выезд на законном основании граждан, постоянно проживающих на территории Республики Беларусь, за границу, а также въезд иностранных граждан и лиц без гражданства, постоянно проживающих вне пределов Республики Беларусь, на ее территорию для получения работы по трудовому договору (контракту) (далее - трудовой договор).
Бутеня, В. Е. [2, с. 106]	Международная миграция трудовых ресурсов – переселение трудоспособного населения из одной страны в другую сроком более чем на год, вызванное причинами экономического и иного характера.
Виноградова Е.В. [3, с. 5]	Международная миграция трудовых ресурсов – это передвижение квалифицированной и неквалифицированной рабочей силы из одной страны в другую сроком более чем на один год, вызванное причинами экономического и социально-культурного характера.
Паршутич О.А. [4, с. 118]	Международная миграция трудовых ресурсов представляет собой процесс перемещения трудовых ресурсов из одной страны в другую с целью трудоустройства на более выгодных условиях, чем в стране происхождения.
Дергачев В.А. [5]	Международная миграция трудовых ресурсов заключается в перемещении населения между странами и обусловлена глобализацией, неравенством в уровнях жизни между бедными и богатыми странами.

Проанализировав мнения различных авторов относительно сущности категории «международная миграция трудовых ресурсов» можно сделать вывод: категории трактуются авторами практически одинаково, что говорит об однозначности определения понятия. Наиболее полную и точную формулировку дает Закон Республики Беларусь №169-3 «О внешней трудовой миграции».

Международная миграция включает две составляющие: эмиграцию и иммиграцию. Под эмиграцией понимается выезд из страны на постоянное место жительства, под иммиграцией – въезд в страну на постоянное место жительства. Международная миграция включает также процесс реэмиграции – возвращение эмигрантов на родину на постоянное место жительства [4 с. 119].

Для того чтобы регулировать любой социально-экономический процесс, в том числе миграционный, необходимо знать текущее состояние объекта, тенденции его развития, пределы и инструменты возможного воздействия на этот процесс. Однако проведение комплексной оценки трудовой миграции в Республике Беларусь и определение ее влияния на социально-экономическое развитие в настоящее время затруднено по следующим причинам: отсутствует гармонизированное определение трудовой миграции, миграция гибко трансформируется в различные





формы и виды, ни один из доступных способов учета трудовой миграции не обеспечивает полного охвата мигрантов. Для оценки масштабов трудовой миграции из Беларуси были использованы данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, при составлении которых использовались предварительные результаты выборочного наблюдения занятости населения. Данные представлены на рис. 1.

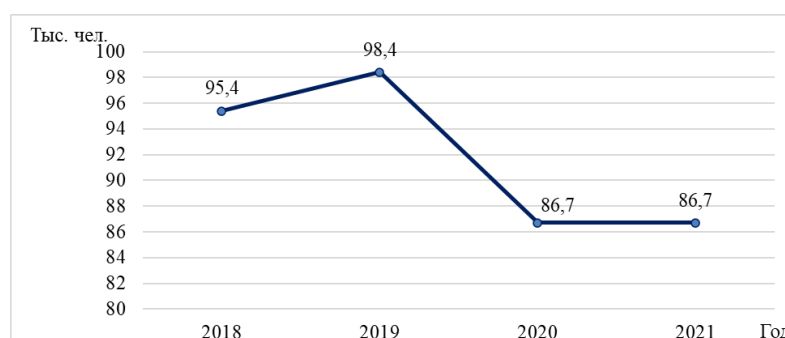


Рисунок 1 – Динамика международной миграции трудовых ресурсов в Республике Беларусь за 2018-2021гг., тысяч человек. [6]

Проанализировав данные относительно динамики международной миграции трудовых ресурсов видно, что наибольшая миграция населения наблюдается в 2019г. в размере 98,4 тыс. чел., при этом можем заметить, что в 2021г. по сравнению с 2020г. численность мигрантов не изменилась и составила 86,7 тыс. чел.

Современный этап развития миграционных процессов позволяет выделить несколько географических центров притяжения международных мигрантов.

Первый центр – США и Канада, трудовые ресурсы которых сложились исторически за счет иммигрантов.

Второй центр, привлекающий международных мигрантов, находится в Западной Европе (государства ЕС). Миграционные потоки, которые устремляются в этот регион, условно можно разделить на 3 части: рабочая сила из восточноевропейских государств и стран СНГ; мигранты из развивающихся стран; международное движение трудовых ресурсов между развитыми странами ЕС.

Третий центр притяжения трудовых ресурсов сформировался на Ближнем Востоке, страны которого специализируются на добыче нефти.

Латинская Америка – четвертый центр притяжения трудовых мигрантов. В качестве главных импортеров выступают Аргентина, Бразилия, Боливия, Венесуэла и Чили. Важной чертой трудовой миграции в Латинской Америке является сезонность, связанная с сельскохозяйственными работами.





Еще один, пятый центр притяжения рабочей силы функционирует в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Здесь основными реципиентами человеческих ресурсов давно уже стали Япония, Гонконг, Малайзия, Сингапур, Тайвань, Южная Корея и Бруней [3, с. 25].

В настоящее время трудовая миграция не оказывает сильного влияния на уменьшение численности занятых в экономике, но при этом негативно сказывается на возрастной структуре трудовых ресурсов, так как работать за границу выезжают преимущественно молодые трудоспособные кадры, и на профессионально-квалификационной структуре населения, так как в результате миграции происходит замещение работников с высоким уровнем образования и квалификацией менее образованными и квалифицированными работниками. На принятие решения о миграции существенное влияние оказывают такие неэкономические причины, как уровень личной и общественной безопасности в стране, надежность правопорядка и отсутствие коррупции и т.д.

Список использованных источников:

1. О внешней трудовой миграции : Закон Респ. Беларусь от 30 декабря 2010 г. № 225-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

2. Бутеня, В. Е. Беларусь в системе мирохозяйственных связей : учебнометодическое пособие для студентов экономических и неэкономических специальностей / В. Е. Бутеня. – Минск : БНТУ, 2014. – 174 с.

3. Виноградова Е.В. Международная трудовая миграция // Мировая экономика и международные отношения. – № 12. – 2015. – 56 с.

4. Учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Международная экономика» / О.А. Паршутич [и др.], под. общ. ред. Паршутич О.А. – Пинск: ПолесГУ, 2019 - 223 с.

5. Дергачев В.А. Международные экономические отношения М.: Юнити-Дана, 2005

6. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/f8d/khx7ijznwe89pxggf1p0qbmfrvrpeci0.pdf>. – Дата доступа: 03.05.2023.

© Щур Я.С., Добринец Я.И., 2023





УДК 330.341.2

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ: КЛАССИФИКАЦИЯ И ЭФФЕКТЫ

Юрин П.О.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Поволжский государственный технологический университет», Йошкар-Ола*

В настоящее время вопрос устойчивого развития производственных организаций является актуальным, что обусловлено повышенной экономической турбулентностью, причинами которой являются геополитические факторы, увеличением социальных проблем и деградация природы в следствии хозяйственной деятельности человека. Увеличение противоречий в обществе усиливается с ускорением научно-технологического прогресса, что провоцирует конфликты на уровне стран.

Организации, включившие в стратегию своего развития 17 целей устойчивого развития (УР) формируют организаций нового типа – эколого-социально-экономические, причем в качестве целей и задач выбираются подходы, которые превосходят требования, предъявляемые государством к бизнесу.

17 целей устойчивого развития (ЦУР) сформулированы для преобразования нашего мира и направлены на изменения, которые чаще всего возникают в результате инновационной деятельности, которая непосредственно заложена в ЦУР №9 «Индустриализация, инновации и инфраструктура». Индустриализация по мнению разработчиков концепции должна опираться на инновации и стойкую инфраструктуру. Рост новых видов промышленности будет означать повышение уровня жизни [1]. Ключевым направлением достижения ЦУР будет трансформация экономики на эколого-социально-экономическую модель развития. При подобном подходе, последовательные этапы развития общества характеризуются наличием взаимодополняющей динамической связи между технологическими прорывами, последующими инновациями и социальными изменениям [2]. Не вызывает сомнения, что возникновение крупных передовых технологий, является базой для роста капитальных инвестиций, рынка труда, производительности труда, доходов и здоровья населения, что формирует новые эффективные экономические структуры.

Классификация инноваций является необходимым атрибутом для их дальнейшего развития и управления. Типы инновации, указанные в концепции, определяются по классификационным признакам. На современном этапе развития науки об инновационной деятельности





существует большое количество подходов к классификации инноваций. Отметим, что впервые термин инновации употребил и классифицировал Й. Шумпетер [3], впоследствии над этим вопросом работали Г. Менш [4], П.Ф. Дракер [5], Ю.В. Яковец [6], А.И. Пригожин [7]. Основываясь на анализе работ ведущих ученых, мы предлагаем следующую классификацию, представленную в табл. 1.

Таблица 1 – Классификация инноваций

Классификационный признак	Вид инновации
Уровень новизны	Радикальные, ординарные, модифицирующие
Стадия жизненного цикла	Стадия стратегического менеджмента, НИОКР, подготовка производства, сервис
Масштаб новизны	Мировой, страновой, отраслевой, на уровне компании
Отраслевой	Наука, образование, социальная сфера, материальное производство по отраслям
Сфера применения	Внутреннего применения на фирме, для продажи, для накопления
Частота применения	Разовые, повторяющиеся
Форма	Открытие, изобретение, ноу-хау, процесс, метод и т.д.
Вид эффекта	Экономический, социальный, научно-технический, экологический, интегральный
Предмет и сфера приложения	Продуктовые, рыночные, процессы
Характер удовлетворения потребностей	На существующие потребности, на формирование потребностей
Причина возникновения	Реактивные, стратегические
Степень интенсивности	«Бум», равномерная, массовая, слабая
Темп осуществления	Скачкообразные, равномерные, нарастающие, затухающие, быстрые, замедленные
Результативность	Высокая, средняя, низкая,
Степень использования научных знаний	Основаны на фундаментальных научных знаниях, на исследованиях с ограниченной областью применения, на существующих научных знаниях, на использовании продукта в различных областях и т.д.
По уровню управления	Народнохозяйственные, отраслевые, территориальные и т.д.
Срок реализации	20 лет и более, 15-20 лет, 5-10 лет, до 5 лет
Отношение к предыдущему состоянию	Заменяющие, отменяющие, открывающие, ретроинновации
Степень воздействия на рынок	Подрывные, поддерживающие

Приведенная классификация может быть использована для целей статистического учета, разработки стратегии, анализа и других прикладных исследований. Наиболее ощутимый вклад в реализацию ЦУР вносят технологические инновации, поэтому организации активно реализующие новые подходы к деятельности должны стать ориентиром в будущей модели народного хозяйства. Графический анализ уровня инновационной активности организаций отражен на рис. 1 [8].

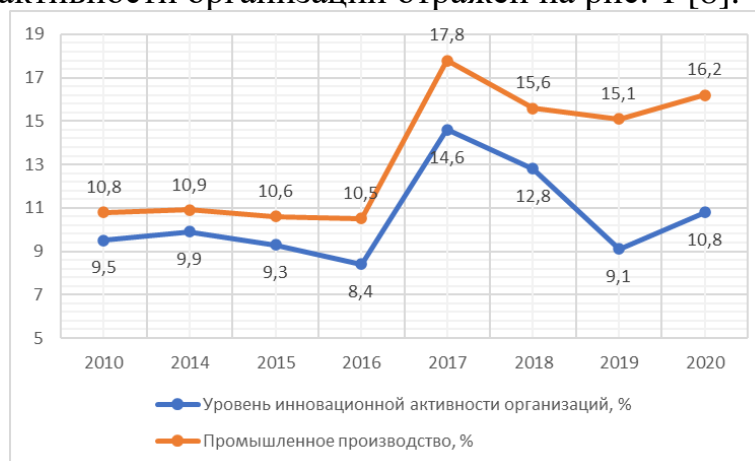


Рисунок 1 – Инновационная активность организаций

Оценка инновационной активности организаций позволила нам выявить драйвер роста – промышленное производство. Анализ





графического материала рис. 1, позволяет констатировать, что точка роста была заложена в 2016 году именно в производственной сфере. Мы считаем, что фактором роста является разработка Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации [9], которая направлена на обеспечение независимости и конкурентоспособности страны. Однако в тексте стратегии рассматривается только экономико-социальный аспект, без упоминания экологических проблем, хотя вопрос ограниченности ресурсов упоминается как большой вызов в связи с исчерпанием возможностей экономического роста России, основанного на экстенсивной эксплуатации сырьевых ресурсов. Таким образом формируются совершенно разные направления в управлении народным хозяйством, где государство строит инновационную экономику ориентируется на социально-экономическую модель, а организации используют принципы эколого-социально-экономических систем, причем на добровольных началах, на практике реализуя принципы устойчивого развития. Мы согласны с профессором О.И Митюковой, что инновации являются совокупностью результата, процесса и эффекта, связанного с созданием и распространением новшеств в различных сферах человеческой деятельности, способствующая повышению социально-экономической эффективности и формированию системы устойчивого развития общества [10].

Для управления изменениями необходимо не только, верно, классифицировать инновации, но и обладать актуальной информацией для принятия решений. Росстат, ориентируясь на руководство ОСЛО выделяет два типа инноваций: продуктовые – внедренный на рынке новый или усовершенствованный продукт (товар, услуга), значительно отличающийся от продукта, производившегося ранее: процессные - внедренный в практику новый или усовершенствованный бизнес-процесс, значительно отличающийся от соответствующего бизнес-процесса, используемого ранее [11]. Из этих видов традиционно выделяют четыре группы инноваций: поддерживающие, радикальные, зеркальные и подрывные [12]. Мы считаем значимыми и способными оказывать наибольшие эффекты подрывные инновации, так как именно они создают новые рынки или изменяют соотношение ценностей на существующих [13]. Примерами является полупроводники заменившие электровакуумные приборы, телефон вытеснивший телеграф, цифровые камеры пришедшие на смену пленочным и другие. Возникновение и развитие Интернета инициировало массу новых подрывных технологий: торговля в магазинах – Интернет-торговля, решения о кредитах, выносимые работниками банка – автоматически выносимые решения о кредитах на базе изучения истории погашения задолженности, пилотируемые истребители и





бомбардировщики – беспилотные самолеты, курьеры – роботы-доставщики и многие другие. По нашему мнению, подобные инновации оказывают значительное влияние на функционирование экономико-социальных систем и способны вызывать эффекты ведущие к изменению экономического, социального и экологического ландшафта. В момент подрыва отрасли, в которых они появляются переживают потрясения, причем компании, считающиеся лидерами, зачастую покидают рынки, примером подобных организаций являются Nokia, Kodak, Blackberry и многие другие. В случае с экономикой страны при создании благоприятных условий для возникновения подобных «подрывов» возможно реализовать в России концепцию УР ранее планового 2030 г. Эффект, полученный в результате подрывной инновации, должен быть гораздо значительнее по сравнению с традиционной инновационной деятельностью. Под понятием «эффект» понимается полезный результат, полученный в производстве, причем он может иметь различную направленность – научно-техническую, социальную, экономическую, информационную, экологическую (табл. 2) [14].

Таблица 2 – Эффекты от внедрения инноваций

Вид	Сущность	Оценка результата
Научно-технический	Создание новых способов удовлетворения потребностей, появление новых источников энергии, методов обработки предметов труда, новых конструкторских и технологических решений и т.д.	Коэффициент автоматизации производства и труда, количество зарегистрированных патентов
Социальный	Улучшение условий труда, замена ручного и механизированного труда автоматизированным, увеличение свободного времени персонала, повышение его профессионально-квалификационного уровня.	Средняя заработная плата работников, уровень безопасности, условия труда и качество жизни
Экономический	Превышение результатов от внедрения инноваций над затратами на их разработку и коммерциализацию.	Производительность труда, объем продаж, увеличение фондоотдачи, ускорение оборота оборотных средств, прибыль, выручка
Информационный	Создание новой информации о методах и средствах удовлетворения потребностей, развития природы, техники и экономики.	Полнота, достоверность и доступность информации, автоматизация умственного труда.
Экологический	Повышение уровня защиты окружающей среды от негативного воздействия на нее процессов жизнедеятельности человека.	Снижение вредных выбросов, сокращение отходов, уменьшение влияния на внешнюю среду.

Как следует из табл. 2 видов эффектов и количество показателей от внедрения инноваций достаточно много и для анализа и оценки необходим проверенный инструментарий. Официальная статистика при подведении результатов инновационной деятельности организаций ориентируется на все 5 видов эффектов, приведенные в табл. 2, что по своей сути должно отражать деятельность компаний эколого-социально-экономического типа. Однако, если в качестве примера привести методику оценки эффективности проектов, где для общественно значимых проектов оценивается в первую очередь их общественная эффективность, причем при неудовлетворительной оценке такие проекты будут не рекомендованы к реализации и не смогут претендовать на государственную поддержку, то подход, основанный на оценке измеряемых показателей, может быть





несостоятельным. Таким образом методика оценки официальной статистики может давать неоднозначные результаты. Необходим подход, при котором возможно рассчитать планируемый эффект от внедрения подрывных инноваций, для их эффективного управления. Развитие методических подходов по выявлению и анализу научно-технических и организационных изменений и их подрывных эффектов становится ключевой задачей для развития экономики России.

Список использованных источников:

1. Организация объединенных наций. Цели в области устойчивого развития. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/> (дата обращения 17.03.22)
2. Всемирная организация интеллектуальной собственности и цели в области устойчивого развития. Инновации в основе развития общества. Публикация ВОИС №1061/2019 https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/wipo_pub_1061.pdf (дата обращения 18.03.22)
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. Пер. с нем., англ. М.: Эксмо; 2008.
4. Mensch G. Stalemate in Technology: Innovation Overcome the Depression. Cambridge (Mass.), 1979.
5. Дракер П.Ф. Инновации и предпринимательство. М.: 1992
6. Фатхудинов Р.А. Инновационный менеджмент. М.: ЗАО «Бизнес-школа Интел-синтез», 2011
7. Пригожин А.И. Нововведение: стимулы и перспективы. М.: Политиздат, 1998. С81
8. Индикаторы инновационной деятельности: 2022: статистический сборник / Л. М. Гохберг, Г. А. Грачева, К. А. Дитковский и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2022. – 280 с. – 250 экз. – ISBN 978-5-7598-2375-9
9. Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 г. № 642. О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации. <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41449> (дата обращения 19.03.22)
10. Митякова О.И. Проблемы устойчивого развития экономики России на основе инновационных преобразований: автореф. дисс. ... д-ра экон. наук: 08.00.01.; 08.00.05. Н. Новгород, 2009. 51 с/
11. Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg
12. Benner, M. J., & Tushman, M. L. Reflections on the 2013 Decade Award – “Exploitation, exploration, and process management: The productivity





dilemma revisited” ten years later. Academy of Management Review, 2015, 40(4), 497–514 с.

13. Клейтон М. Кристенсен. Дилемма инноватора: Как из-за новых технологий погибают сильные компании. М.: Альпина Паблишер, 2012. 253 с. ISBN 978-5-9614-6785-7

14. Экономика инноваций: Учебник / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля и проф. Т.Г. Попадюк. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. – 336 с.

© Юрин П.О., 2023

УДК 330

ФАКТОРЫ УСПЕШНОГО ПРОТЕКАНИЯ ПРОЦЕССА ЦИФРОВИЗАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Юркова А.А.

Научный руководитель Усачева А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Цифровизация – это переход к использованию цифровых технологий в различных сферах деятельности. Данный процесс является важным фактором для развития экономики, как в масштабах страны, так и для повышения конкурентоспособности отдельных компаний и отраслей. Он позволяет повышать эффективность производства, снижать затраты на транспортировку, упрощать и автоматизировать процессы, предоставляя возможность сэкономить время и ресурсы [1].

В России цифровизация позволяет обеспечить наибольшую прозрачность и открытость в экономике, в том числе в государственном секторе. Это помогает бороться с коррупцией, повышать качество государственных и муниципальных услуг, улучшать жизнь граждан, снижать потери бюджета. Цифровизация также способствует развитию образования, науки и культуры, что в свою очередь обеспечивает рост уровня общественной осведомленности и повышение уровня квалификации населения, определяя тем самым будущее нашей страны. К основным направлениям цифровизации в России можно отнести:

1. Создание цифровой инфраструктуры, включая развитие сетей связи, облака, центров обработки данных.

2. Развитие цифрового образования и высокотехнологичной предпринимательской среды.





3. Создание онлайн-сервисов государственных служб и упрощение процедур взаимодействия с государственными органами.

4. Развитие цифровой медицины и здравоохранения [2].

Цифровизация в сфере предпринимательства также играет значимую роль. Пандемия Covid-19 показала, насколько необходима способность предоставлять свои услуги онлайн для успешного ведения бизнеса, поскольку преимущество и способность выжить получили те организации, которые внедрили в свою деятельность цифровые технологии. Однако, несмотря на серьезные достоинства, не все организации малого и среднего бизнеса в Российской Федерации спешат двигаться в сторону цифровизации. Рассмотрим факторы, которые могут оказывать влияние на успешность протекания процесса цифровизации в организации.

Прежде всего, следует отметить лидерство и культуру организации. Они определяют успех или неудачу внедрения цифровых технологий. Лидерство в этом контексте означает способность руководства организации к инновациям и умению адаптироваться к изменениям. Культура организации включает в себя совокупность установленных в компании ценностей, норм и поведенческих моделей. Это также влияет на готовность организации к внедрению технологий и процессов. Если культура организации поддерживает ориентацию на инновации и развитие, то она будет более успешно переходить к цифровому формату. В целом, лидерство и культура организации должны создавать благоприятное окружение для цифровых технологий.

Немаловажным фактором, от которого зависит успех внедрения цифровизации, является общая стратегия организации. Она определяет цели и направление изменений, необходимых для достижения эффективной и успешной трансформации. Стратегия цифровизации должна приниматься на высшем уровне, чтобы гарантировать ее общую поддержку и интеграцию во все аспекты бизнеса. Она включает в себя выбор технологий, инвестиции в развитие цифровых навыков и культуру, пересмотр бизнес-моделей и процессов работы, а также возможные изменения организационной структуры и кадровой политики. Она также определяет, как цифровые технологии будут использоваться для оптимизации бизнес-процессов, увеличения производительности и улучшения клиентского опыта.

Следующий фактор – технологические ресурсы. Они позволяют автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы, снижать затраты и повышать эффективность работы. К таким ресурсам можно отнести компьютеры, сетевое оборудование, программное обеспечение, облачные сервисы, устройства для сбора и обработки данных (датчики, сканеры и т.д.). Использование этих ресурсов позволяет повысить качество





обслуживания клиентов, улучшить взаимодействие между отделами и сотрудниками, обеспечить быстрый и удобный доступ к информации.

Цифровая инфраструктура также играет свою роль. Она обеспечивает прозрачность и эффективность операций, повышает скорость и точность принятия решений, уменьшает затраты на ресурсы, тем самым увеличивая рентабельность бизнеса, позволяет вести эффективное управление данными, автоматизировать процессы и строить аналитические отчеты на основе реальных данных.

К одним из важнейших факторов стоит отнести людские ресурсы и человеческий капитал. Успешность цифровизации компании зависит от того, есть ли в ней квалифицированные специалисты, способные реализовать проекты цифровизации. Без подготовленной кадровой базы, внедрение новых технологий не будет иметь эффективности или восприятия со стороны клиентов. Руководство организации должно оценить уровень квалификации своих сотрудников и провести необходимые изменения. Следует также обратить внимание на психологическую готовность персонала к новшествам.

Процессы и процедуры. Они помогают стандартизировать операционные процессы, оптимизировать производительность и управлять данными быстро и эффективно. Помимо этого, использование цифровых процессов и процедур позволяет автоматизировать рутинную работу, сократить время на обработку документов, уменьшить риски ошибок, обеспечить единые стандарты качества и безопасности для всей компании.

Разработка и реализация изменений. Работа должна вестись над постоянным внедрением новых решений и знаний, усовершенствованием уже существующих процессов, а также созданием правильных средств для обучения и подготовки сотрудников.

Последний по счету, но не по значимости, фактор риск-менеджмент. Цифровые технологии предоставляют большие возможности для развития бизнеса, но их внедрение сопряжено с рисками, связанными с безопасностью, конфиденциальностью и прочими аспектами. Оценка рисков позволяет выявить потенциальные проблемы и разработать стратегии и меры по их предотвращению. Это может включать в себя установку современных систем защиты, политики паролей и доступа и т.д. Не стоит пренебрегать проведением регулярных аудитов систем безопасности и оценкой уровня уязвимости. Если произошел инцидент, например, нарушение безопасности или утечка данных, риск-менеджеры должны быстро реагировать и принимать меры по восстановлению нормального функционирования системы.

Таким образом, можно сказать, что процесс цифровизации получил распространение во всех сферах жизни человека. Современные реалии





подталкивают предпринимателей внедрять его свой бизнес, но успех в этом деле зависит от множества факторов. Для получения наибольшей эффективности руководству организации необходимо тщательно продумать план изменений и откорректировать его в соответствии с имеющимися условиями и ресурсами.

Список использованных источников:

1. Что такое цифровизация URL: <https://center2m.ru/digitalization-technologies> ;

2. Министерство цифрового развития и массовых коммуникаций РФ URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> .

© Юркова А.А., 2023

УДК 338.2

**ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИКИ РОССИИ**

Юсупова Л.Р.

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

Спад российской экономики на фоне масштабных санкций в 2022 году составил 2,1% [1]. Санкции, введенные против России, оказывают значительное негативное воздействие на экономику, хотя в краткосрочной перспективе они менее серьезны, чем ожидалось вначале. Первоначальный шок был смягчен сильными фискальными ответными мерами властей, контролем за движением капитала, ужесточением денежно-кредитной политики, быстрыми действиями по снижению рисков финансового сектора, а также высоким притоком иностранной валюты, вызванным ростом мировых цен на сырьевые товары. Более того, санкции привели к резкому снижению общего объема импорта, что ограничивает доступ к новым технологиям и оборудованию, а также внешнему финансированию и тем самым снижает среднесрочные и долгосрочные перспективы роста.

Динамика валового внутреннего продукта (далее ВВП) в 2022 году по сравнению с 2021 годом характеризовалась сокращением физического объема основных компонентов ВВП, поскольку потрясения в сфере доверия, транзакционных систем и цепочек поставок привели к падению внутреннего спроса и объемов экспорта. Резкое падение курса рубля и резкий рост инфляции, снижение реальной заработной платы способствовали глубокому и продолжительному снижению объемов розничных продаж – показатель частного потребления, который к июлю 2022 года снизился на 9%. По оценкам, инвестиции также сократились, что





усугубилось уходом многих иностранных инвесторов. Падение внутреннего спроса было бы еще больше, если бы Правительство РФ не смягчило его последствия с помощью пакета мер фискальной поддержки, включая увеличение социальных выплат, предоставление субсидированных кредитов и налоговых льгот, а также повышение минимальной заработной платы. Рост расходов финансировался за счет доходов от продажи нефти и газа (25,1% роста в реальном выражении за январь-август 2022 года), а также сокращения профицита федерального бюджета. При этом, в условиях ослабления ценового давления Банк России более чем полностью свернул ужесточение денежно-кредитной политики (до 20%), введенное им в феврале, снизив к середине сентября учетную ставку до 7,5%.

Импорт из некоторых стран, включая Турцию и Индию, вырос, но не компенсировал резкого падения импорта из стран, против которых введены санкции, что привело к общему сокращению на 22% во II квартале 2022 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Объемы экспорта нефти незначительно снизились, поскольку экспорт в Китай, Индию и Турцию в основном компенсировал сокращение экспорта в страны, против которых введены санкции. Объемы экспорта газа в Европейский союз, Китай и Турцию упали на 37% на фоне одностороннего изменения Россией условий контрактов и отключения трубопроводов.

Также после кратковременного обвала в феврале 2022 года рубль более чем восстановился, благодаря контролю за движением капитала и укреплению счета текущих операций и с тех пор остается стабильным. Отмечается, что международные резервы России сократились примерно на 10%. Официальная безработица находится на рекордно низком уровне - 3,9%, а занятость выросла на 0,4%, однако реальный уровень безработицы в России в настоящее время находится на рекордно низком уровне, заработная плата снизилась на 3,2%, возможно, отражая растущий спрос на рабочую силу для замещения утраченного капитала и технологий. Официальный уровень бедности составил 13% в первом полугодии 2022 года, что соответствует его уровню за аналогичный период предыдущих лет [2].

Отмечается, что за январь-февраль 2023 года деловая активность в российской экономике возросла как в базовых отраслях, так и в сфере услуг. Наибольший вклад в увеличение выпуска в этот период по сравнению с IV кварталом 2022 года внесли оптовая торговля и обрабатывающая промышленность. Потребление также оживилось после спада в декабре прошлого года – положительная динамика зафиксирована во всех крупных категориях. Существеннее всего выросли оборот общественного питания и оборот розничной торговли, при этом платные





услуги изменились в меньшей степени. Инвестиционная активность остается высокой. Рост инвестиций сопровождается увеличением загрузки существующих производственных мощностей. Уровень безработицы по-прежнему на минимуме, число вакансий растет. Прогноз ВВП на 2023 год улучшен до 0,5-2,0%. Уже к концу 2024 года выпуск вернется на уровень IV квартала 2021 года [3].

В конце 2022 года было опубликовано Распоряжение Правительства РФ от 29.12.2022 г. № 4355-р, которое утверждает Стратегию развития финансового рынка РФ до 2030 года. Данный документ разработан Правительством РФ совместно с Банком России [4]. Ключевой задачей на горизонте до 2030 года станет ускорение преобразования российской экономики с опорой в первую очередь на внутренние источники финансирования инвестиций. Авторы стратегии выделяют в качестве одной из приоритетных задач обеспечение доступа граждан и бизнеса к финансовым инструментам, которые соответствуют их потребностям [5].

Приоритеты развития российской экономики:

развитие инструментов долгосрочного финансирования и рынка капитала;

содействие достижению целей устойчивого развития и трансформации российского бизнеса с учетом факторов, связанных с окружающей средой, обществом и корпоративным управлением (ESG);

развитие рынка страхования;

защита прав потребителей финансовых услуг, повышение финансовой грамотности и финансовой доступности;

цифровизация финансового рынка и развитие платежной инфраструктуры;

донастройка регулирования финансовых организаций;

развитие международного сотрудничества;

подготовка кадров для финансового рынка [4].

Таким образом, российская экономика переживает глубокую трансформацию. В ближайшие годы стране предстоит радикально модернизировать свою экономическую систему в соответствии с происходящими изменениями и вызовами глобального порядка. В 2024 году ожидается умеренный рост, поскольку экономика стабилизируется после санкционного шока и начнется постепенное восстановление.

Список использованных источников:

1. Росстат представляет первую оценку ВВП за 2022 год // Федеральная служба государственной статистики (Росстат) URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/198546> (дата обращения: 05.05.2023). – Текст: электронный.





2. The World Bank in Russia // World Bank Group URL: <https://www.worldbank.org/en/country/russia> (дата обращения: 05.05.2023). – Текст: электронный.

3. Доклад о денежно-кредитной политики (май, 2023 год) // Банк России URL: https://www.cbr.ru/about_br/publ/ddkp/ (дата обращения: 05.05.2023). – Текст: электронный.

4. Распоряжение Правительства РФ от 29.12.2022 г. № 4355-р // Официальный интернет-портал правовой информации URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202212310037> (дата обращения: 05.05.2023). – Текст: электронный.

5. Минфин России и Банк России внесли в Правительство проект Стратегии развития финансового рынка до 2030 года // Банк России URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=14368> (дата обращения: 05.05.2023). – Текст: электронный.

© Юсупова Л.Р., 2023

УДК 33

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ GPT-ЧАТА В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Якименко Д.Д.

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

Мы живём в мире технологий, в котором всё близится к тому, что человеку уже не придёт контролировать программу и следить за исправностью программного кода. Уже сейчас искусственный интеллект (ИИ) активно развивается, и реальность всё быстрее приближается к представлениям писателей-фантастов, которые они описывали в своих трудах. Тем не менее, ИИ, как и другие изобретения человечества нацелены на то, чтобы приносить нам пользу, и возможность пользоваться данной технологией находится в открытом доступе. С ИИ мы встречаемся каждый день, порой даже не догадываясь, что используем программу, в основе которой лежит данная технология. Личные голосовые помощники, сортировка электронных писем, умный дом и многое другое – всё связано с искусственным интеллектом. В этот список попадают и чат-боты. Последней новинкой в данной сфере стал чат GPT, вышедший в ноябре 2022 года, что сразу же привлекло к себе внимание широкого спектра пользователей. Функционал данной технологии достаточно широкий, и в данной статье мы рассмотрим возможности и условия использования чата GPT-в предпринимательской деятельности.





Начнём с определения того, что такое «GPT-чат»? GPT-чат – это искусственный интеллект, который работает в диалоговом формате. Он способен анализировать естественный язык и генерировать значимые для пользователя ответы. ИИ ведёт с пользователем диалог, основываясь на статистическом анализе большого объёма данных разговоров, в результате чего он узнаёт цель и контекст диалога, а его ответы выглядят естественными. Однако, в основе алгоритма лежит ещё и вероятностный метод, то есть ИИ предугадывает то, какой ответ должен быть правильным на данный вопрос [1]. Бывает и такое, что ИИ ошибается, но у исследователей всегда есть возможность ввести правильный ответ в систему, чтобы исправить GPT-чат. Тем не менее, уже сейчас данная технология способна соперничать с человеком в интеллектуальных и коммуникативных задачах.

Если говорить про функционал чата GPT, то он выглядит следующим образом:

- создание текстового контента на основе анализа запросов и ключевых слов;

- создание музыкальных произведений и песен;

- написание программного кода, взаимодействие с уже готовыми фрагментами, перевод кода с одного языка на другой и его отладка;

- ответы на вопросы (аналог ныне существующих поисковых систем);

- разработка сценариев новых серий для телесериалов;

- генерация игр по сюжету существующих фильмов;

- планирование и расчёты;

- взаимодействие с другими нейросетями.

Как можно заметить список функций чата достаточно широк, и с помощью этой технологии можно решать много проблемных вопросов. Перейдём к решению вопроса о возможностях применения данной технологии.

Наиболее интересной областью рассмотрения данного вопроса для автора статьи является область предпринимательской деятельности. Исходя из анализа приведённой выше информации, современные предприниматели могут использовать GPT-чат в следующих сферах [2]:

Финансовый анализ. GPT-чат способен быстро анализировать большие объёмы данных, а значит с его помощью можно осуществлять быстрый поиск «проблемных мест» в работе предприятия, которые требуют больших затрат, но не приносят достаточный для покрытия этих затрат доход

Генерация простого кода. В настоящее время даже малому предпринимателю требуется создание своего сайта, но без специальных знаний программирования, сделать качественную площадку будет





проблематично, а привлечение стороннего специалиста – затратно. Применяя GPT-чат можно написать несложный код, которого будет достаточно на первое время для работы сайта.

Прогнозирование. Любой предприниматель должен уметь делать прогнозы прибыли/убытков исходя из объёмов производства. Однако следует учитывать и факт того, что предпринимателями не всегда становятся те, кто знаком с работой с инструментами прогнозирования. Но если у человека есть идея и желание, почему бы не дать ему возможность реализовывать предпринимательскую деятельность, а вопрос прогноза прибыли/убытков решить через использование чата GPT?

Консалтинг. Существуют отрасли, изменения в которых происходят с очень высокой скоростью, и порой нет времени найти ответы на вопросы, которые предприниматель мог не знать или просто забыть. Как вариант можно обратиться за консультацией к специалисту, или задать вопрос в чате GPT, и получить ответ через некоторое время после ввода.

Этичные ответы. Для клиентов некоторых сфер важно чувствовать индивидуальность подхода работников. Но когда клиентов много ответить всем и сразу возможно не всегда. Применяя GPT-чат возможно организовать службу поддержки клиентов, которая будет не только давать быстрые, грамотные ответы на их вопросы, но и отвечать так, как будто клиенту пишет менеджер. Результат – клиентские благодарности и расположение.

Делая вывод о сферах применения данной технологии в предпринимательской деятельности, следует отметить, что спектр сфер достаточно широк и способен в значительной мере, как помочь малому и среднему предпринимательству на ранних этапах развития бизнеса, так и облегчить жизнь крупным предпринимателям. Более того, каждый из этих секторов также способен развивать GPT-чат, исправляя в нём ошибки, что в будущем поможет и другим компаниям. Осталось разобраться в вопросе целесообразности использования данной технологии.

Как и у всего в мире, у GPT чата есть свои сильные и слабые стороны. Они приведены в табл. 1 [3].

Таблица 1 – Преимущества и недостатки GPT-чата

Преимущества	Недостатки
1) Эффективность. Сбор и осознание информации при написании текста статьи, исследования, отчётов и т.п. документов занимает достаточно много времени. GPT-чат же способен сделать это за секунды.	1) Текущая ограниченность в использовании. В настоящее время, обращаясь к ИИ с слишком сложным вопросом или вопросом из узкой сферы, Вы рискуете получить ответ, который не оправдает Ваших ожиданий.
2) Широкая область применения. Независимо от вида и отрасли работ, ИИ чата GPT способен быстро обобщить для Вас информацию из большой базы данных.	2) Ограниченность знаний о мире после 2021 года. При ответе на вопросы, связанные с недавними событиями, есть риск получить ложную или запутанную информацию

«Плюсов» и «минусов» данной технологии получилось равное количество. Исходя из их содержания, можно сделать вывод, что у чата GPT большое будущее, так как его можно применять в любой сфере и





отрасли, но, тем не менее, должно пройти ещё достаточно времени, чтобы исправить ошибки связанные с обработкой информации со сложными данными и расширить спектр знаний о мире до настоящего года, не останавливаясь на 2021 г..

В заключение следует отметить, что использование чата GPT в предпринимательской деятельности целесообразно. Более того, используя и корректируя GPT-чат, компании вносят вклад в общее благо и, возможно предположить, что подобные действия могут положительно сказаться на отношении к компании со стороны инвесторов.

Список использованных источников:

1. Гаркуша Н.С., Городова Ю.С. Педагогические возможности ChatGPT для развития когнитивной активности студентов // Профессиональное образование и рынок труда. - 2023. - №1. - С. 6-23.

2. Как использовать ChatGPT: полный список источников и инструментов // Eternalhost URL: <https://eternalhost.net/blog/tehnologii/kak-ispolzovat-chatgpt?ysclid=lhbv8saph6930147753> (дата обращения: 28.04.2023).

3. Плюсы и минусы ChatGPT // Pikabu URL: https://pikabu.ru/story/plyusyi_i_minusyi_chatgpt_9967046?ysclid=lhbvdy7bpq440619814 (дата обращения: 28.04.2023).

© Якименко Д.Д., 2023

УДК 658.513.1

БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО КАК АКТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Яковлев Е.А.

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

В данной статье рассматривается такая концепция управления персоналом как бережливое производство, которая позволяет улучшать производственные процессы за счет воздействия на трудовые ресурсы.

В условиях постоянной конкуренции между предприятиями необходимо улучшать эффективность производства. Одним из способов улучшения эффективности производства является внедрение на предприятии методов бережливого производства, которое позволяет добиваться минимальных потерь с помощью максимального использования всех видов ресурсов, повышать производительность труда и улучшать качество [1].





Бережливое производство подразумевает под собой концепцию менеджмента, заключающуюся в стремлении к упразднению всех видов потерь [2]. Одним из видов потерь можно считать недостаточную вовлеченность персонала в производственный процесс. Из-за чего это может происходить?

Анализ данной ситуации показал, что недостаточная вовлеченность персонала может быть вызвана отсутствием мотивации у работников. Для ее повышения необходимо, чтобы сотрудник находился в таких условиях, в которых он захочет развиваться и прилагать максимальные усилия для достижения общей цели.

Чтобы помочь сотруднику повысить мотивацию, используется один из инструментов бережливого производства, которым является совершенствование системы управления персоналом. Совершенствование может проходить, ориентируясь как на отдельно взятый процесс, так и на систему управления персоналом в целом.

Существует множество исследований, которые подтверждают, что бережливое производство произошло от развития подходов, связанных с управлением производственной системой предприятия. Из чего следует, что бережливое производство и управление непосредственно связаны. В табл. 1 продемонстрированы основные инструменты бережливого производства, которые также отражаются в подходах к управлению [3, 4, 5].

Таблица 1 – Основные инструменты и подходы управления, входящие в состав инструментов бережливого производства

Название инструмента	Описание	Преимущество
Точно в срок (Just in time)	Производство продукции и услуг в том количестве, в котором нужно потребителю	Снижение потерь от перепроизводства, хранения запасов, ресурсов
Кайдзен	Постоянное совершенствование	Общая цель всех сотрудников – постоянное совершенствование своей работы
Андон	Визуализация результатов и информации	Обращение внимания на процесс, в котором возникает проблема и ее немедленное устранение
Стандартизация работы	Документирование всех процессов на производстве	Повышает качество производства и эффективности деятельности персонала
5S	Сокращение потерь	Упрощение работы сотрудников и сокращение потерь, связанных с ними
SMED	Сокращение времени определенных этапов производства	Упрощает процесс производства и увеличивает время для полезных действий

Чтобы персонал предприятия осознавал свою значимость в различных производственных процессах, руководителям необходимо демонстрировать свои лидерские качества, внушать сотрудникам мысль об их значительной роли в производстве и давать им возможность проявлять инициативу и вносить свои предложения. Работники должны понимать, что их мнение тоже учитывается и они нужны на занимаемой ими должности. Это позволит повысить мотивацию сотрудников, что приведет к более эффективному производству. Проявление руководителями





лидерских качеств придает сотрудникам уверенность, но в тоже время дает им понять, что нельзя расслабляться. Руководители должны:

- на личном примере показывать свою заинтересованность в работе;
- собирать персонал на совместных мероприятиях;
- четко объяснять сотрудникам их трудовую функцию;
- быть ответственными;
- осознавать свои ошибки;
- поощрять сотрудников за их труд, изобретательность и инициативу.

Роль лидера заключается в создании целостного коллектива, где каждый выполняет свою функцию, но при этом все сотрудники взаимодействуют между собой, причем их взаимодействие должно происходить при взаимном уважении, несмотря на то, что все они разные по характеру, внешности и занимаемой должности. Что касается индивидуальности, то руководитель должен находить подход к каждому сотруднику по отдельности и организовывать деятельность сотрудника по усовершенствованию своих профессиональных навыков [6, 7, 8].

Все представленные выше действия способны повысить мотивацию каждого из сотрудников, что приведет к более ответственному выполнению своих обязанностей и, как следствие, улучшению качества на производстве.

Список использованных источников:

1. Канюкова В.П. Бережливое производство: основные инструменты и принципы бережливого производства // Аллея науки. – 2018. – Т. 1. – №. 7. – С. 642-647.
2. Давыдова Н.С. Бережливое управление и бережливое мышление. – Ижевск, 2012. – 137 с.
3. Чеснокова А. Ю. Проблемы внедрения концепции "бережливое производство" с точки зрения системы управления персоналом // XXI Всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета. – 2019. – С. 153-157.
4. Барсукова Н. В., Ванюшина О. И., Лозовая О. В. Роль и значение основных стимулов мотивации персонала в менеджменте предприятия // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика. – 2020. – С. 64-67.
5. Глухов В.В. и др. Бережливое производство: учебник. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2022. – 244 с. – DOI: 10.18720/SPBPU/2/id22-29.
6. Целютина Т. В., Авилова Ж. Н. Мотивация и лидерство в бережливых производствах. – Белгород, 2020. – 210 с.
7. Toledo J. C. et al. Lean production system development through leadership practices // Management Decision. – 2019. – Т. 57. – №. 5. – С. 1184-1203.





8. Лайкер Д., Трахилис Й. Лидерство на всех уровнях бережливого производства. Практическое руководство. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 336 с.

© Яковлев Е.А., 2023

УДК 338

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НА ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА БРЕНДА

Яковлев Н.А., Нефедова Л.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Изменения в конкурентной среде, обусловленные уходом с рынка зарубежных брендов, кризисы, вызванные проблемами предыдущих лет, реформирование логистических потоков и общего тренда на использование аутсорсинга и удаленную работу, выявили ситуацию, показывающую, что большое количество бизнесов России не уделяют должного внимания в своей деятельности развитию и управлению брендом в целом. Как следствие, компании столкнулись с большим снижением продаж, чем это могло бы быть [1]. В таких условиях перед российским бизнесом стоит серьезная задача не только создания качественной продукции, но и вывода на рынок собственных торговых марок, развития конкурентоспособных брендов.

Дополнительным фактором, полностью изменившим взаимодействия компаний и потребителей, стала цифровизация экономики и общества. Информационные технологии не только абсолютно трансформировали коммуникации брендов с их потребителями, но и видоизменили технологии создания и развития бренда, преобразовали процессы разработки и проведения маркетинговых кампаний, реализации стратегий позиционирования и отстройки от конкурентов [2]. Из-за доступности онлайн-платформ для распространения своей продукции и получения инструментов постоянного анализа спроса, возможности эффективного выстраивания внутренних процессов создания бренда существенно увеличились.

Бренд – неосязаемый образ, создаваемый в сознании потребителя, оказывающий значительное влияние на желание приобрести продукцию и на стиль жизни потребителя. Узнаваемость торговой марки, под которой продается продукция, позволяет превратить ее в бренд, тем самым, увеличивая прибыль компании. Крупные, средние и малые бизнесы





осознавая эту тенденцию, стремятся к наискорейшему превращению торговой марки в полноценный бренд. Стоит отметить, что платформа для формирования бренда должна закладываться на самых первых порах регистрации торговой марки, как и стратегия его дальнейшего развития. Инструментом, позволяющим учитывать специфику управлению брендом на разных стадиях его развития, является концепция жизненного цикла.

Жизненный цикл бренда представляет собой период времени с момента первой продажи товара бренда на рынке до его последней продажи и вывода с рынка. Можно сказать, что это адаптированная, концепция «жизненного цикла товара» [3]. Модель описывает развитие бренда во времени и определяет специфику маркетинговых и других мероприятий на различных этапах его создания. Современные исследователи выделяют три основных этапа жизненного цикла бренда: этап роста, выхода на рынок, завоевания и работы с потребителями-новаторами, ранними последователями; этап удержания рынка, зрелости бренда и работы с максимально широкой аудиторией; этап угасания, замедления, падения.

Помимо этапов, перечисленных выше, многие специалисты брендинга выделяют «нулевой» этап, предполагающий разработку стратегии продвижения бренда и товара в целом.

Так как в современном мире большинство взаимоотношений бизнеса и покупателей происходят в цифровом пространстве, то при правильном использовании цифровых инструментов для развития брендов можно добиться высоких результатов [4].

Рассмотрим наиболее популярные, доступные и эффективные инструменты с учетом их использования на этапах жизненного цикла бренда.

На этапе проектирования или «нулевом» этапе, наиболее эффективными инструментами будут являться те, которые смогут предоставить следующие возможности: 1) формирование визуальной составляющей торговой марки (в будущем – бренда); создания макета сайта, логотипа, цветовой палитры, шрифта и прочих визуальных атрибутов; 2) формирование юридической базы – для ускорения процесса регистрации в государственных органах, а также формирования нормативной документации, необходимой для вывода товара на рынок, заключения договоров с подрядчиками, клиентами и партнерами. Для закрытия данных потребностей среди цифровых инструментов рекомендуются:

«Figma» – это графический редактор, работающий в режиме онлайн. Он позволяет рисовать графику для сайтов, добавлять картинки, тексты, тонко настраивая элементы с помощью панели настроек. Удобство сервиса





заключается в автоматической генерации стилей для сайта. Пользователю достаточно добавить картинку, отрегулировать опции в панели, например align или stop, и сразу будет виден результат в стилях [5].

«Консультант Плюс» – это компьютерная справочно-правовая программа, которая содержит более 145 миллионов документов. Система предназначена для специалистов, имеющих дело с законодательством. Консультант плюс – это самая полная база правовой информации, аналитические материалы, удобный и быстрый поиск, дружественный интерфейс и современные программные технологии [6].

На этапе выхода на рынок, потребности смещаются в сторону увеличения сбыта, а, следовательно, необходимы инструменты, позволяющие рассказать о бренде целевой аудитории. Для данного этапа наиболее эффективным цифровым инструментом будут выступать «Яндекс.Директ», рекламные кабинеты внутри социальных сетей и аналитический сервис «JagaJam», позволяющий оценивать свои действия в соцсетях и следить за конкурентами [7].

«Яндекс.Директ» – масштабная рекламная площадка, объединяющая пользователей и рекламодателей. Она содержит гигантскую статистику поисковых запросов и пользовательских портретов (их демографии, интересов и поведенческих признаков), чтобы помочь рекламодателям предлагать услуги тем людям, которые с наибольшей вероятностью ими воспользуются. Яндекс.Директ, как инструмент рекламы, действует исходя из заданных вами параметров и способов оплаты рекламной кампании с последующими статистическими данными для анализа [8].

На этапе зрелости, когда достигается момент закрепления на рынке, охват аудитории бренда увеличивается, ориентируясь на максимально широкую аудиторию, рекламные кампании, как и любой другой контент бренда необходимо постоянно модифицировать. На этом этапе рекомендуется использовать технологии CDN (Content Delivery Network): ускоряющий процесс загрузки контента, быстрее адаптируя его, если это необходимо, вследствие чего увеличивается и усиливается его эффект от взаимодействия с брендом [9]. Помимо увеличения эффективности информационного взаимодействия, на данном этапе требуется и увеличение эффективности и со стороны непосредственного предоставления услуг, в чем может помочь CRM (Customer Relationship Management) системы [10].

CRM-система – это класс систем автоматизации, которые позволяют управлять взаимодействием с потребителями. Они включают в себя все аспекты взаимодействия: от различных бизнес-контактов, до продажи, а также обслуживания запросов клиентов [11].





Последний этап – этап спада, он не предусматривает освоения новых инструментов, поскольку он тесно связан со стратегическими аспектами управления брендом, а не только со средствами распространения информации. Для предотвращения спада необходимо выпускать новые товарные артикулы под брендом организации, согласно жизненному циклу товара, с использованием инструментов, описанных выше. Альтернативным решением данной проблемы может являться создание суббрендов, на основе предыдущих изысканий. Графическое изображение использования цифровых инструментов на этапах жизненного цикла бренда представлено на рис. 1.

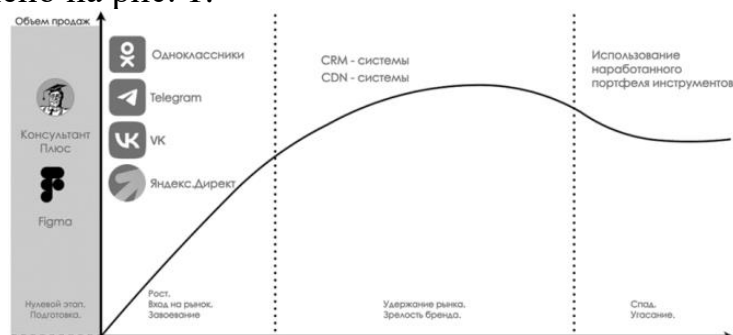


Рисунок 1 – Цифровые инструменты в жизненном цикле бренда. Составлено авторами

Подводя итог, необходимо отметить, что в процессе разработки продукта и товарного знака, перерастающего в бренд, необходимо уже на первых этапах закладывать стратегию продвижения торговой марки на рынке и одновременно планировать перечень современных цифровых инструментов, гарантирующих реализацию стратегии на каждом этапе жизненного цикла бренда. Таким образом, компании должны постоянно проводить анализ внешней и внутренней среды и модернизировать свои инструменты под современные требования и стандарты.

Список использованных источников:

1. Исследование РАЭК: 80% предпринимателей используют цифровые инструменты для бизнеса // РИФ 2022: сайт. – URL: <https://2022.rif.ru/news/issledovanie-raec-80-predprinimatelej-ispolzuyut-cifrovye-instrumenty-dlya-biznesa>
2. Вейс, Ю. В. Использование цифровых инструментов для развития бизнеса / Ю. В. Вейс, Л. М. Зайдуллина // Econome and business : электронный журнал. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-tsifrovyyh-instrumentov-dlya-razvitiya-brenda/viewer>
3. Жизненный цикл бренда и его анализ // Rusnauka: сайт. – URL: http://www.rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/78416.doc.htm
4. 7 инструментов обратной связи с клиентами, о которых забывают маркетологи // CoSSa: сайт. – URL: <https://www.cossa.ru/152/95116/>





5. Что такое Figma // Skillbox: сайт. – URL: https://skillbox.ru/media/design/chto_takoe_figma/
6. Консультант Плюс что это за программа // Р У Н А: сайт. – URL: <https://www.runa.ru/voprosy-i-otvety/konsultant-plyus-chto-eto-za-programma/>
7. jagajam : сайт. – URL: <https://jagajam.com/support/analytics>
8. Яндекс Директ // Calltouch Blog: сайт. – URL: <https://www.calltouch.ru/blog/glossary/yandeks-direkt/>
9. CDN: что такое и как это работает // Selectel : сайт. – URL: <https://selectel.ru/blog/review-cdn/> (дата обращения: 19.03.2023)
10. Что Такое Автоматизация Рабочего Процесса: Лучшие Практики И Инструменты // MarketSplash: сайт. – URL: <https://marketsplash.com/ru/avtomatizatsiia-rabochikh-protsiessov/>
11. CRM-система – что это такое? // S2: сайт. – URL: https://salesap.ru/crm_sistemy_chto_eto

© Яковлев Н.А., Нефедова Л.В., 2023

УДК 351.814.1

ОРГАНИЗАЦИЯ НАВИГАЦИИ ПАССАЖИРОВ АЭРОВОЗЛЯЛЬНОГО КОМПЛЕКСА ПОСРЕДСТВОМ ИТ

Янко Е.Д.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный технический университет гражданской авиации» (МГТУ ГА), Москва

В современном мире авиационная индустрия играет огромную роль в экономике многих стран мира. С каждым годом все больше людей используют авиатранспорт для путешествий и командировок. Однако, перелет начинается и заканчивается не на борту самолета. Большую роль играет организация навигации пассажиров в аэровокзальном комплексе. Не секрет, что большинство ощущает дискомфорт, находясь в аэропорту. Нужно найти свой рейс, отстоять в очереди на регистрацию, пройти все точки досмотра, найти свой выход на посадку и т.д. Особенно такая проблема актуальна для пассажиров, не имеющих опыта путешествий. В связи с этим, возникает вопрос – как организовать навигацию пассажиров, чтобы уменьшить их стресс и неудобства.

Люди, которые находятся в аэропорту, могут быть разных национальностей, возрастов, профессий, и цель пребывания в аэропорту у всех разная: кто-то регистрирует багаж и проходит паспортный контроль, кто-то покупает билеты, кто-то отдыхать в отелях, кто-то посещать рестораны и магазины, кто-то встречает и провожает своих близких и





друзей, которые летят или прилетают в аэропорт, но все они имеют общую цель – добраться до своего пункта назначения. Затруднения с поиском терминалов, магазинов и других помещений отрицательно влияют на общее впечатление о работе аэропорта. Пассажиры переживают стресс и получают негативные эмоции от поездки. Одной из главных проблем авиапассажиров является сложность ориентироваться на большой аэропортовой территории с множеством зданий, терминалов и входов/выходов. Кроме того, отсутствие четкой и понятной системы обозначений и указателей может вызывать затруднения у пассажиров, особенно у тех, кто незнаком с аэропортом или не владеет языком страны, в которой находится аэропорт. Другая проблема – это качество информации, предоставляемой для навигации. Информация может быть неполной, устаревшей или непонятной, что приводит к ошибкам и задержкам у пассажиров. В случае, если пассажиры не могут найти необходимую информацию о своем полете, им приходится обращаться к сотрудникам, что в свою очередь может занять много времени и быть не очень удобным. В целом, навигация в аэропорту является сложной задачей, требующей внимания к деталям и эффективной системы обозначений и инструкций. В такой ситуации на выручку приходит приложение для навигации по аэропорту, которое позволяет посетителям более эффективно планировать свое перемещение по транспортному узлу. Для его применения достаточно использовать обычный смартфон.

Мобильное приложение с интуитивно понятным интерфейсом должно включать следующий функционал: пошаговую навигацию внутри аэропорта: интерактивные карты, поиск маршрута по заданным точкам назначения, поиск нужного выхода, зоны регистрации и посадки, таможенного контроля, багажной службы и т.д., поддержку GPS для автоматического определения местоположения пользователя на карте аэропорта, обновленную информацию о статусе рейсов, времени прилета и вылета, оповещения о задержках, переносах и отменах рейсов, интерфейс для покупки дополнительных услуг (бизнес-зала и багажной службы), возможность звонка в приемную службу аэропорта или службу безопасности, контактную информацию служб медицинских услуг для экстренных ситуаций.

Система навигации может предложить пассажирам ознакомление с дополнительными услугами, такими как магазины, рестораны и комнаты отдыха. Ориентируясь на локацию пассажира, система навигации аэропорта создает целевые сообщения, которые могут содержать рекламу, информацию о погоде, времени вылета, меню в кафе и т.д. По пути следования пассажира к заданному объекту ему направляются индивидуальные предложения тех магазинов, мимо которых он проходит в





данный момент. Благодаря этому торговые точки получают дополнительный рекламный инструмент, а аэропорт увеличивает прибыль от арендаторов через новый маркетинговый канал.

Подход с использованием мобильного приложения позволяет аэропортам решать целый ряд проблем:

пассажир получает больше информации об аэропорте и доступных сервисах на своем родном языке, чем он сможет найти на указателях;

значительно снижается число задержек рейсов, связанных с опозданием пассажиров;

арендаторы же, в свою очередь, размещают в приложении рекламу своих кафе и магазинов – такие привязанные к местоположению посетителя рекламные объявления гораздо эффективнее, поскольку человек сразу видит магазин, в который ему предлагается зайти.

Есть свои плюсы и для авиакомпаний – им мобильные технологии позволяют предлагать пассажирам дополнительные сервисы еще до посадки в самолет: например, заказ специального меню, газет, фильмов или теплых пледов в салон.

С помощью миниатюрных маяков, прикрепленных к багажным тележкам, можно отслеживать их передвижение и избегать нехватки в важных точках, например, в зоне выдачи багажа.

С помощью мобильного приложения пассажиры могут оставлять отзывы о работе аэропорта и авиакомпаний, магазинов и кафе, или просто искать на карте своих друзей, которые также в этот момент находятся в аэропорту. Эта функциональность полезна и для служб аэропорта, которые могут отслеживать перемещения своих сотрудников (охранников или уборщиков) и оперативно взаимодействовать с ними для повышения качества работы.

В целом, навигация пассажиров представляет интерес для авиационной отрасли, однако, возможны и недостатки такого подхода:

ограниченная доступность: некоторые навигационные приложения могут работать только в определенных аэропортах или быть доступными только для определенных операционных систем;

риск потери информации и личных данных пользователей, если не обеспечена ясная политика конфиденциальности;

человеческий фактор: пользователь может запутаться в поисках точной информации и потерять время на понимание о своем местонахождении, что может привести к неправильному пути в аэропорту или упущению своего рейса;

неполная база данных: приложение может не иметь информации о многих объектах аэропорта или не распознавать проходимые места внутри терминалов;





проблемы со связью: в некоторых случаях мобильная сеть может быть недоступна или сигнал слишком слабый, что приводит к невозможности получения информации из приложения аэропорта;

некоторые аэропорты могут иметь ограниченный доступ к Wi-Fi, что может затруднить использование мобильных карт и приложений навигации;

ограниченная функциональность: приложение обладает ограниченным набором функций и не предоставляет полной информации для людей с ограниченными возможностями.

Современный мир становится все более насыщенным новыми технологиями и возможностями, которые делают нашу жизнь продуктивной и защищенной. Настоящее время – время, когда воздушное сообщение становится все доступнее для многих людей, аэропорты становятся все более загруженными, что повышает логистические проблемы и время ожидания в очередях. Именно поэтому системы навигации в аэропортах становятся все более актуальными и востребованными. Они помогают авиапассажирам быстро и комфортно перемещаться по всем зонам аэропорта, сокращать время ожидания и улучшать опыт путешествия. Автоматические информационные системы, помогают быстро адаптироваться в зонах аэропорта, делают перемещение современных людей более комфортным и более легким.

Список использованных источников:

1. Об объектах транспортной инфраструктуры и транспортных средств и о порядке их объявления (установления): Постановление Правительства РФ от 29 декабря 2020 г. № 2344

2. Об утверждении Федеральных авиационных правил "Требования авиационной безопасности к аэропортам": Приказ Минтранса РФ от 28 ноября 2005 г. №142.

3. Федеральная система обеспечения авиационной деятельности от 4 апреля 2019 г. - URL: <http://www.consultant.ru>

4. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ от 5 декабря 2016 г. № 646).

© Янко Е.Д., 2023





УДК 657

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ: ПОДХОД ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ И СОГЛАСНО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Ярошевич А.А., Добрыдень Н.В.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

В настоящее время в мировой экономике происходят существенные изменения, однако, международное движение капитала продолжается, следовательно, потребность в отчетности, составленной в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) все еще существует.

Неопределенность внешней среды содействует активизации деятельности инвесторов, которая заключается в оценке ожидаемых последствий и стремлении максимально диверсифицировать вложения. В каждой стране исторически складывается система учета и отчетности, которые учитывают особенности интересов и потребности различных субъектов. Наличие различных способов учета затрудняет понимание финансовых показателей иностранными инвесторами. Помогает частично нивелировать данный аспект Международные стандарты финансовой отчетности. Отчетность, составленная в соответствии с МСФО, помогает инвесторам увидеть всю реальную картину по финансово-хозяйственной деятельности организации.

Отчёт о прибылях и убытках является одним из основных источников бухгалтерской (финансовой) отчётности организации и представляет общую информацию обо всех доходах и расходах организации за определённый период времени. В отчете о прибылях и убытках данные о доходах, расходах и финансовых результатах представляются в сумме нарастающим итогом с начала года.

Содержание отчета о прибылях и убытках позволяет ознакомиться с информацией о размерах выручки, доходах, расходах, прибыли и убытках организации в конкретном периоде, а также увидеть, как они изменились по сравнению с прошлыми годами. Данные отчета используются для расчета показателей деловой активности, показателей рентабельности, на основании которых аналитик дает оценку эффективности хозяйственной деятельности организации. Информация отчета о прибылях и убытках служит своего рода источником для принятия управленческих решений.





Обзор требований и принципов МСФО, а также изучение действующего законодательства Республики Беларусь, позволили выявить некоторые отличия в подходах к составлению и предоставлению отчета о прибылях и убытках (отчета о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе по МСФО) (табл. 1).

Таблица 1 – Различия международных стандартов финансовой отчетности и национальных стандартов бухгалтерского учета и отчетности

Критерии сравнения	МСФО	НСБУ
	Отчет о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе	Отчет о прибылях и убытках
Срок предоставления отчетности	Срок предоставления - в течение 6 месяцев с отчетной даты	Срок предоставления - в течение 90 дней по окончании года
Классификация доходов	Доходы классифицируются на: - выручку; - прочие операционные доходы; - доходы от участия в капитале; - финансовые доходы	Доходы классифицируются на: - доходы по текущей; - по инвестиционной; - по финансовой деятельности;
Обязательность представления	МСФО (IAS) 1 не потребовал представлять прибыль и убыток и прочий совокупный доход обязательно в одном отчете.	Является обязательным в составе бухгалтерской (финансовой) отчетности.
Цели сбора и систематизации информации	Отчетность используется инвесторами и кредиторами для принятия инвестиционных решений.	Используется для представления в инспекции Министерства по налогам и сборам, органам государственного управления и статистики

Следует отметить, что в отечественной практике отчет о прибылях и убытках составляется по утвержденной Министерством финансов Республики Беларусь форме. Организации не имеют право менять данную форму: добавлять или убирать строки.

Согласно МСФО организация может представлять единый отчет о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе, в котором прибыль или убыток и прочий совокупный доход представляются в двух разделах. Эти разделы должны быть представлены вместе, при этом первым представляется раздел о прибыли или убытке, за которым сразу следует раздел о прочем совокупном доходе. Организация может представлять раздел о прибыли или убытке в форме отдельного отчета о прибыли или убытке за период. В таком случае этот отдельный отчет о прибыли или убытке следует расположить непосредственно перед отчетом, в котором представляется совокупный доход и который должен начинаться с показателя прибыли или убытка [2].

Следует отметить, что МСФО не устанавливает стандартного шаблона отчета о прибылях и убытках. В части структуры отчета стандарт предлагает два возможных подхода. Первый формат представляет собой анализ с использованием метода «по характеру расходов». Для составления отчета в таком формате необходимо сгруппировать расходы по их характеру (амортизационные отчисления, закупка материалов, вознаграждения работникам). Отчет, составленный в таком формате, достаточно прост в использовании в анализе. Второй формат представляет собой анализ с использованием метода «по назначению расходов» или «по себестоимости продаж». Для составления отчета в данном формате необходимо классифицировать расходы в зависимости от их назначения.





Организация раскрывает в качестве обязательного минимума себестоимость реализованной продукции, проданных товаров, выполненных работ, оказанных услуг отдельно от всех прочих расходов. Преимущество отчета, составленного таким образом заключается в возможности получить более уместную информацию по сравнению с отчетом, составленным с использованием метода «по характеру расходов».

На сегодняшний день, законодательными органами Республики Беларусь в сфере бухгалтерского учета и отчетности, проделана определенная работа по сближению принципов учета с требованиями МСФО. Однако все же по некоторым аспектам отличия имеются. Следовательно, для повышения качества информации отчетности Республики Беларусь, не нарушая требования действующего законодательства, можно порекомендовать в примечаниях к бухгалтерской (финансовой) отчетности отражать отдельные показатели по финансовым результатам и раскрытие дополнительной информации, которая не нашла свое отражения в отчете о прибылях и убытках непосредственно.

Таким образом, в Республике Беларусь следует дальше продолжать постепенную гармонизацию отечественной модели учета с МСФО, в результате чего будут устранены некоторые пробелы в законодательных актах, и как следствие, информация отчета о прибылях и убытках станет более качественной и полезной для всех пользователей, которые в ней заинтересованы.

Список использованных источников:

1. Лемеш, В. Н. Бухгалтерская (финансовая) отчетность : учебное пособие для вузов по спец. «Бухгалтерский учет, анализ и аудит (по направлениям)» / В. Н. Лемеш, О. В. Малиновская. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск : Амалфея, 2020. – 163 с.

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.minfin.ru/common/upload/library/no_date/2012/IAS_01.pdf– Дата доступа: 30.03.2023.

3. Об утверждении национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Индивидуальная бухгалтерская отчетность» [Электронный ресурс] : постановление Министерства финансов Респ. Беларусь, 12 дек. 2016 г., № 104 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/main.aspx?guid=12551&p0=C21400137&p1=1&p5=0>. – Дата доступа: 30.03.2023.

© Ярошевич А.А., Добрыдень Н.В., 2023





УДК 69.009:69.057.7

УЛУЧШЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ АРЕНДЫ СПЕЦТЕХНИКИ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ясыбаш М.В., Политова Р.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В условиях западных санкций основной целью функционирования любой компании сферы сервиса принимается наиболее полное удовлетворение запросов клиентов при предоставлении различных услуг. Обслуживание в этом случае становится базовым компонентом деятельности сервисного предприятия.

Совершенствуя сервис-процессы (бизнес-процессы) у руководителей организации появляется возможность повысить эффективность ее работы. Целью улучшений является внедрение новой инициативы в масштабах предприятия для улучшения результативности работы организации в целом.

ООО «КолТранс» – это строительная организация, которая занимается арендой специализированной техники и оборудования. Также оказывает услуги строительного характера – монтажные и электромонтажные работы, возведение стен зданий, и прочую земляную и фундаментную деятельность. Компания функционирует на территории Российской Федерации с 8 февраля 2021 года. Основным видом деятельности ООО «КолТранс» является сдача в аренду специализированной техники. Организация предоставляет дорожно-строительные машины и берет на себя риски, связанные с неисправностью или поломкой оборудования, а также другие риски, которые могут возникнуть в будущем при ее эксплуатации. Все технические средства предоставляется с водителем. Однако не всегда у фирмы арендатора есть финансовые возможности арендовать спецтехнику с водителем-оператором, Кроме того, существуют строительные организации, которым нет необходимости брать машину с водителем, так как в штате могут иметься собственные специалисты. Поэтому в качестве улучшения бизнес-процесса предлагаем ввести возможность аренды оборудования у предприятия без водителя. После составления и подписания договора заказчик забирает технику с базы предприятия в течение 1-3 дней, и возвращает по окончании оговоренного срока.





Рассчитаем, как увеличится прибыль при улучшении сервис-процесса. Для начала построим карты создания текущих (рис. 1) и будущих (рис. 2) ценностей процесса предоставления в аренду спецтехники. Рисунок 2 показывает, как изменится ситуация с предоставлением аренды без оператора.

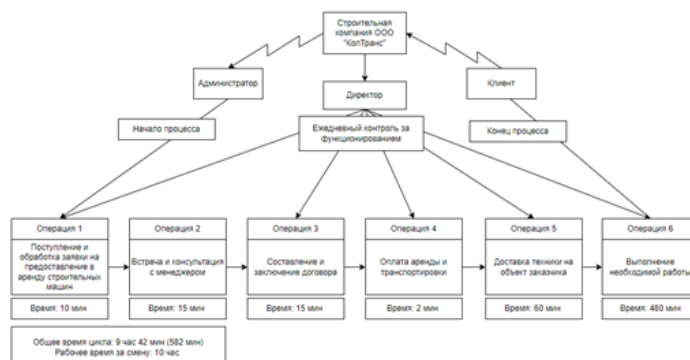


Рисунок 1 – Текущая карта создания ценности ООО «КолТранс»

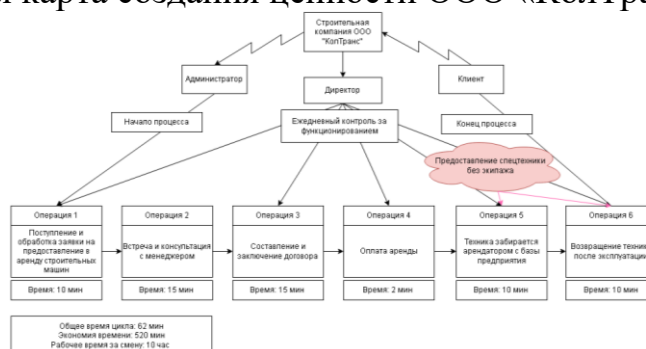


Рисунок 2 – Будущая карта создания ценности ООО «КолТранс»

Рабочее время за смену составляет 10 часов. Машины в основном арендуются на длительный срок, например, на полмесяца, месяц и большее время. От операции 1 до операции 6 проходит достаточное количество времени, в год может осуществляться не очень много циклов. Поэтому для облегчения расчетов примем количество циклов в месяц равным 1. Расчет увеличения прибыли представлен в табл. 1.

Таблица 1 – Результаты расчета увеличения прибыли при улучшении сервис-процесса

Наименование показателя	Формула	Подстановка	Результат
1. Количество циклов в год, циклы	Количество циклов в месяц × 12	1 × 12	12
2. Экономия рабочего времени в год, часы	$\frac{\text{Экономия времени} \times \text{Количество циклов}}{60}$	$\frac{520 \times 12}{60}$	104
3. Экономия оплаты труда в год, тыс. руб.	$\frac{\text{Оплата труда за месяц} \times \text{Экономия раб. времени в год}}{\text{Раб. дни в мес.} \times \text{Продолжительность раб. дня}}$	$\frac{45\,000 \times 104}{22 \times 10}$	21 273
4. Увеличение прибыли, тыс. руб.	Экономия оплаты труда = Экономия себестоимости = Увеличение прибыли	21273 = 21273 = 21273	21 273
5. Процент увеличения прибыли, %	$\frac{\text{Увеличение прибыли за год}}{\text{Прибыль за год}} \times 100$	$\frac{21\,273}{83\,000} \times 100$	25

По результатам расчёта в табл. 1 можно сделать вывод о возможности введения услуги сдачи в аренду спецтехники без экипажа.





Мероприятие позволит сэкономить рабочее время в год на 104 часа, оплату труда за год на 21,2 тыс. рублей. Прибыль таким образом увеличится на 25%.

Проведем анализ структуры количества заказов на ООО «КолТранс» с целью выявления наиболее востребованной техники для сдачи в аренду. За первое полугодие 2021 года компанией было приобретено 3 машины: экскаватор-погрузчик, самосвал, автокран. Во втором полугодии был куплен грейдер. На основании данной информации рассмотрим количество заявок на предоставление в аренду спецтехники за 2021 год поквартально. Таблица 2 – Структура количества заявок на предоставление в аренду техники за 2021 г.

	Наименование спецтехники	Заказы за 2021 год							
		Количество поступивших заявок за квартал				Количество выполненных заказов за квартал			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Экскаватор-погрузчик	–	2	2	4	–	2	2	4
2	Самосвал	1	5	4	6	1	5	3	4
3	Автомобильный кран	–	2	2	1	–	2	2	1
4	Грейдер	–	–	1	2	–	–	1	2

Из табл. 2 видно, что наибольшим спросом пользуется такая техника, как самосвал, об этом говорит количество поступивших заявок от клиентов. За анализируемый период суммарно поступило 16 запросов на предоставление в аренду самосвала, из которых 13 были выполнены. Также чаще используется экскаватор-погрузчик, число заявок на предоставление услуги данной специализированной машиной за 2021 год составило 8 шт. Меньше всего заказов на грейдер. Так как данное оборудование было приобретено во втором полугодии 2021 года, число поступивших заявок значительно меньше, чем у вышеперечисленной техники. К концу года собралось 3 заявки, которые были выполнены. Обращающимся в компанию за предоставлением услуги заказчикам, с необходимостью аренды самосвала приходится отказывать, т.к. машина может находиться на другом объекте из-за большой востребованности. Все это может привести к потере клиентов и уменьшению прибыли организации. Поэтому для улучшения качества оказываемых услуг предлагается приобретение дополнительного самосвала, что позволит предприятию расширить номенклатуру техники.

Рассчитаем эффективность приобретения дополнительного самосвала по методу дисконтирования. Минимальная стоимость покупки данного вида техники составляет от 3600 тыс. рублей [1]. Основным расходом будет являться расход топлива в среднем – 16,2 л./час., или 810 руб./час. [2]. Для расчета показателей эффективности были взяты следующие данные: инвестиционные вложения – 3600 тыс. руб. стоимости самосвала, ставка дисконтирования равна 12%, срок денежных потоков – 5 лет (т.к. планируется приобрести технику по лизингу при оплате за 5 лет),





ставка налога – 20%. Предположительная выручка по годам сформирована путем опроса персонала организации. Расчет эффективности покупки дополнительного самосвала по методу дисконтирования приведен в табл. 3.

Таблица 3 – Расчет эффективности покупки дополнительного самосвала по методу дисконтирования, тыс. руб.

Показатель	Год				
	1	2	3	4	5
Выручка	900	915	920	930	940
Текущие расходы	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
Амортизация	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Налог на прибыль	120,00	132,00	133,85	140,54	147,07
Чистая прибыль	96,00	105,60	107,08	112,43	117,66
Чистые дисконтированные потоки (ЧДП)	816,00	825,60	827,08	832,43	837,66
Чистый дисконтированный доход (ЧДД)	2709,77				

Как видно из таблицы, ЧДД > 0. Срок окупаемости проекта составит 4 года 4 месяца. Внедрение данной новинки даст возможность получить положительный результат для организации.

Таким образом, возможность оказания услуги аренды спецтехники без водителя организации и приобретение дополнительного самосвала позволяет обеспечить повышение качества осуществляемых услуг и удовлетворенности клиентов их оказанием. Перечисленные меры позволят увеличить положительную тенденцию изменения результатов деятельности строительной организации за счёт аренды специальной строительной техники.

Список использованных источников:

1. Стоимость самосвала – URL: <https://promplace.ru/samosval-faw-6h4-34074.htm> (дата обращения: 23.02.2023)

2. Нормы расхода топлива на самосвалы – URL: <https://mechatronics.by/portfolio-items/> (дата обращения: 24.02.2023)

© Ясыбаш М.В., Политова Р.В., 2023





Авторский указатель

А

Александрова С.В., 164

В

Ветрова Е.А., 29

Г

Гвоздкова И.А., 133

Д

Дембицкий С.Г., 156

Джавадов Т.А., 17, 199

Джой Е.С., 37

Добринец Я.И., 33, 60, 167, 185, 217

Добрыдень Н.В., 246

З

Зотикова О.Н., 83

И

Иващенко Н.С., 11

Ильина С.И., 192

К

Катышева А.А., 68

Климкович Н.И., 107

Кошелева Е.Г., 117

Кузьмин А.Н., 127

Л

Левченко П.А., 144

М

Макарецкая Т.Д., 160, 164

Маслак Д.А., 113

Масленникова Д.Н., 196

Н

Нефедова Л.В., 238

О

Окороков Р.В., 139

П

Политова Р.В., 56, 103, 249

Пупенцова С.В., 209

С

Семьянихина К.А., 42

Сенков В.А., 92

Стерхова А.А., 4

Стецук Ю.Ю., 8

Сулейманов И.Р., 11

Сычев А.А., 14

Т

Таланова В.А., 17

Тараканов А.А., 29

Татаревич А.Г., 33

Тимофеева В.А., 37

Тимофеева Е.А., 40

Тимохович А.Н., 181

Титов В.Н., 4

Титова В.В., 42

Тихонова Т.В., 46

Ткачук А.Е., 49, 56

Толочко В.В., 60

Томаразова Д.А., 23

Трусова А.В., 64

У

Узунов Г.Б., 17

Урусова Е.О., 68

Усачева А.С., 147, 188

Усова А.А., 75

Ухнина Ю.Г., 80

Ф

Федонина М.А., 83

Филатов В.В., 23, 49

Филенко Ц.С., 88

Фролова А.А., 92





Х

Халецкая К.Н., 96
Халютдинова А.М., 100, 103
Хвеженко А.В., 107, 113
Хрипков С.О., 117

Ц

Цветков А.А., 123
Цезарь Армандо Нунес Е., 127
Цепенникова А.В., 133
Цзян Саньцзы, 139

Ч

Чепёлкина А.Д., 144, 147

Ш

Шайхутдинов А.Р., 151
Шалагинова Я.Э., 156
Шандроха В.И., 160, 164
Шаповал М.С., 167
Шатрова А.Я., 171
Швецова Е.Э., 175
Шейн В.Э., 179
Шестеркина А.А., 181

Шибун М.Э., 185

Шильцова А.В., 42, 199

Шорникова А.А., 188

Шубина Е.Е., 192

Шуваева А.С., 196

Щ

Щедрина М.А., 199

Щелко М.А., 209

Щербак Р.И., 214

Щур Я.С., 217

Ю

Юрин П.О., 221

Юркова А.А., 226

Юсупова Л.Р., 229

Я

Якименко Д.Д., 232

Яковлев Е.А., 235

Яковлев Н.А., 238

Янко Е.Д., 242

Ярошевич А.А., 246

Ясыбаш М.В., 249





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ВЕКТОР

Научное издание

**«Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития»
(Вектор-2023)
сборник материалов
Часть 5**

1

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.

Все материалы отображают персональную позицию авторов.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов

Усл.печ.л. _____ Тираж 30 экз. Заказ № 107-Н/23

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

