

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 3

**МОСКВА
2023**



**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 3**

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 3 – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2023. – 291 с.

ISBN 978-5-00181-422-1

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 978-5-00181-422-1

© 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 657

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА ДОЛГОСРОЧНЫХ АКТИВОВ

Котюга А.А., Бондарь А.Г.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

Бухгалтерский учет является неотъемлемой частью финансового учета, которая, в свою очередь, является одним из основных инструментов, используемых для контроля за финансовым состоянием организации. Одной из наиболее важных задач бухгалтерского учета является учет долгосрочных активов, таких как основные средства, нематериальные активы, долгосрочные финансовые вложения и прочие активы, которые являются основой для производственной и финансовой деятельности организации.

Однако в современной экономической литературе существует множество трактовок понятия «долгосрочные активы», что может привести к различным методам и подходам в учете таких активов. Для более детального представления сущности данного понятия, рассмотрим определения различных авторов.

В соответствии с Инструкцией по бухгалтерскому учету долгосрочных активов, предназначенных для реализации, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь №25 от 30.04.2012, долгосрочные активы определяются как актив, подлежащий выбытию (погашению) более чем через 12 месяцев после отчетной даты или предназначенный для использования в деятельности организации в течение периода продолжительностью более 12 месяцев либо не являющийся денежными средствами или эквивалентами денежных средств [1]. Далее авторы сопоставляют данное понятие с различными категориями основных средств и нематериальных активов. Так, А.В. Бугаев считает, что долгосрочные активы – это затраты на создание, увеличение размеров, а также приобретение внеоборотного (долгосрочного) имущества длительного пользования (свыше одного года), не предназначенного для продажи, за исключением долгосрочных финансовых вложений в государственные ценные бумаги, ценные бумаги и уставные капиталы других организаций [2, с. 318]. Р.Н. Каменецкий в своей работе «Бухгалтерский учет и анализ долгосрочных активов» подчеркивает, что долгосрочными активами являются материальные, нематериальные и финансовые активы, предполагающие использование в течение более одного года, а также выданные займы и вложения в уставные (складочные) капиталы других организаций, предполагающие участие на длительный





срок [3, с. 38]. Определение долгосрочных активов И.А. Бланка заключается в том, что они характеризуют совокупность имущественных ценностей предприятия, многократно участвующих в процессе отдельных циклов хозяйственной деятельности и переносящих на продукцию использованную стоимостью частями [4, с. 480]. Г.В. Савицкая определяет долгосрочные активы как различные вложения, направленные на долгосрочные цели. Они являются важной составляющей баланса предприятия и охватывают такие объекты, как недвижимость, акции, облигации, нематериальные активы [5, с. 131].

Следует отметить, что одной из основных особенностей долгосрочных активов является их длительный срок службы. Как правило, такие активы планируют использовать в течение многих лет, что соответствует стратегии долгосрочного развития предприятия и поэтому долгосрочные активы требуют особого внимания и контроля.

Регулирование учета долгосрочных активов осуществляется в соответствии с Законом Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности» №57 от 12.07.2013 г., а также Инструкцией по бухгалтерскому учету долгосрочных активов, предназначенных для реализации, утвержденной Постановлением №25 от 30.04.2012 и Инструкцией по учету основных средств, утвержденной Постановлением №26 от 30.04.2012.

Состав долгосрочных активов в разных странах может существенно различаться в зависимости от экономической модели и уровня развития страны (табл. 1).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика состава долгосрочных активов по странам

Республика Беларусь	Российская Федерация	Германия	Франция
Основные средства	Основные средства	Недвижимость и земля	Недвижимость
Доходные вложения в материальные активы	Доходные вложения в материальные ценности	Интеллектуальная собственность	Транспортные средства
Нематериальные активы	Нематериальные активы	Транспортные средства	Оборудование и машины
Долгосрочные финансовые вложения	Долгосрочные финансовые вложения	Оборудование и машины	Интеллектуальная собственность
Оборудование к установке и строительные материалы	Оборудование к установке	Финансовые инвестиции	Инфраструктура
Вложения в долгосрочные активы	Вложения во внеоборотные активы	Отложенные налоговые активы	Финансовые инвестиции
Отложенные налоговые активы	Отложенные налоговые активы		Другие активы

Наиболее схожий состав долгосрочных активов наблюдается в Республике Беларусь и Российской Федерации, который включает в себя промышленное и сельское оборудование, недвижимость, транспортные средства, интеллектуальную собственность и другие активы, которые используются в производстве и бизнесе.

Для учета долгосрочных активов, имеющихся в организации, в Республике Беларусь в типовом плане счетов предусмотрен раздел 1 «Долгосрочные активы», в свою очередь, в Российской Федерации данный раздел назван «Внеоборотные активы».





В Германии долгосрочные активы включают в себя инфраструктуру, недвижимость, здания, машины и оборудование, а также финансовые активы, включая акции и облигации.

Долгосрочные активы Германии учитываются на счетах класса 0 под названием «Активные счета» и их стоимость отражается разделе 1 «Основные средства».

Во Франции доля недвижимости и зданий среди долгосрочных активов тоже достаточно высока, также присутствуют машины и оборудование и финансовые инструменты.

Долгосрочных активы Франции учитываются на счетах класса 2 под названием «Счета материальных и нематериальных активов» и их стоимость отражается в группе 10 «Долгосрочные активы».

В целом, все вышеперечисленные страны имеют схожий состав долгосрочных активов, но могут различаться доли отдельных категорий. Различия между учетом долгосрочных активов в приведенных странах связаны с особенностями отраслей экономики, источниками инвестиций и национальными особенностями.

Таким образом, учет долгосрочных активов является важным элементом финансового учета в организации. Теоретические аспекты учета долгосрочных активов включают в себя не только методы их учета, но и общие принципы финансового управления в организации. Правильный и точный учет долгосрочных активов будет способствовать эффективному управлению финансами организации и повышению ее финансовой устойчивости и рентабельности.

Список использованных источников:

1. Инструкция по бухгалтерскому учету долгосрочных активов, предназначенных для реализации: утв. Постановлением Минфина Респ. Беларусь 30.04.2012 г., № 25 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=W21226354&p1=1> – Дата доступа: 06.05.2023.

2. Бугаев А.В. Бухгалтерский финансовый учет: конспект лекций / А.В. Бугаев [и др.] – Витебск : УО «ВГТУ», 2015. – 318 с.

3. Каменецкий Р.Н. Бухгалтерский учет и анализ долгосрочных активов / Р.Н. Каменецкий. – Минск : Амалфея : Мисанта, 2019. – 38 с.

4. Бланк И.А. Словарь-справочник финансового менеджера / И. А. Бланк. – Минск: «Ника-Центр», 2012. – 480 с.

5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности / Г. В. Савицкая. – Минск: Новое знание, 1999. – 131 с.

© Котюга А.А., Бондарь А.Г., 2023





УДК 339.137.4

ДЕМПИНГ: СУЩНОСТЬ, РАЗНОВИДНОСТИ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Котюга А.А., Панюсько А.С.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

В современном мире экономическое развитие государств неразрывно связано с международными экономическими отношениями, которые чаще всего характеризуются жесткой конкуренцией между предприятиями на рынке товаров и услуг. Поэтому в ходе таких отношений возникают проблемы, которые не всегда удаётся решить мирным путем. Одной из таких проблем является демпинг.

Суть демпинга заключается в том, что производители из одной страны продают продукцию по цене, которая ниже её рыночной стоимости с целью увеличения доли на рынке. Демпинг может быть как законным, так и незаконным, в зависимости от способа его реализации.

В современной экономической литературе существует множество трактовок понятия «демпинг». Рассмотрим некоторые из них (табл. 1).
Таблица 1 – Сущность понятия «Демпинг». Разработка автора на основе изученной литературы

Автори/или источник	Определение
А. Ефремов	Термин “демпинг” происходит от английского слова dumping, что переводится как “сваливание”, “сбрасывание” и означает торговлю по цене ниже себестоимости товара, работы или услуги [1].
Н.Г. Доронина	Демпинг – это метод финансовой нетарифной торговой политики, заключающийся в продвижении товара на внешний рынок за счет снижения экспортных цен ниже нормального уровня цен, существующего в этих странах [2, с. 123].
А.Н. Козырин	Демпинг является одной из форм недобросовестной конкуренции, нарушающих свободу предпринимательской деятельности на международном рынке товаров путем применения недозволённых методов ведения внешней торговли [3, с. 2].
ст. 2.1 Соглашения по применению статьи VI Генерального соглашения по тарифам и торговле	Товар рассматривается как являющийся демпинговым, то есть поступивший на рынок другой страны по цене ниже его нормальной стоимости, если экспортная цена данного товара, экспортированного из одной страны в другую, ниже сравнимой цены в обычных условиях торговли на подобный товар, предназначенный для потребления в экспортирующей стране [4].
Е. Теряева	Демпинг – это часть конкурентной борьбы за место на рынке. Быстрое снижение цен переманивает клиентов и увеличивает товарооборот [5].

Таким образом, демпинг – это стоимостная дискриминация, осуществляемая за границей. Основная цель демпинга – это установление лидерства на рынке за счёт снижения цен на свой товар. Это позволяет предприятию завоевывать рынок, устранять конкурентов и захватывать большую долю рынка. Для реализации демпинга, производитель снижает затраты на производство товара, что позволяет ему продавать товары за границей по более низкой цене.

Давайте рассмотрим конкретный пример. ОАО «Беларуськалий» является одним из крупнейших производителей и экспортёров калийных минеральных удобрений. По данным Международной ассоциации удобрений, на его долю приходится пятая часть мирового объёма производства калийных удобрений [6]. И так, Беларуськалий продаёт на внутреннем рынке калийные удобрения в среднем по 400 долл. США за





тонну. Предприятие поставляет минеральные калийные удобрения в Китайскую Народную Республику по 220 долл. США за тонну. Однако текущая цена на мировом рынке в среднем варьируется от 700 до 900 долл. США за тонну [7].

Данную стратегию ОАО «Беларуськалий» проводит с целью завоевания большей доли мирового рынка, тем самым вытесняя основных конкурентов на рынке и увеличивая количество новых потребителей.

В зависимости от метода и принципа использования демпинг разделяется на следующие разновидности.

Ценовой – для иностранных клиентов устанавливается более низкая цена, чем для клиентов внутреннего рынка, но не ниже себестоимости производства; используется на экспортных рынках.

Стоимостной – устанавливаются цены ниже себестоимости продукции.

Монопольный – может существовать при условии сочетания следующих факторов: компания – абсолютный монополист внутри страны; товары можно экспортировать по гораздо более низким ценам, чем на внутреннем рынке; есть поддержка со стороны государства в виде невозможности реимпорта.

Социальный – предполагает возможность сдерживать рост себестоимости за счёт использования дешёвой рабочей силы, что позволяет успешно конкурировать с другими компаниями.

Валютный – происходит в случаях, когда обесценивание валюты за пределами страны более существенное, чем её покупательная способность внутри государства. При этом экспортёр имеет возможность покупать продукцию по сниженному курсу и продавать её за границей по цене в устойчивой валюте.

Чиптрип – снижение цены происходит за счёт удешевления доставки.

Скрытый – отдельные регионы или отрасль имеет дополнительные налоговые льготы или субсидии на уровне правительства, что снижает себестоимость продукции в данном регионе или отрасли.

Технологический – благодаря высокому уровню используемых технологий предприятие обеспечивает себе преимущество перед конкурентами, которое заключается в более низкой цене.

Нерыночный – применяется в развивающихся странах, где не работают законы рыночной экономики, при экспорте продукции. В этом случае низкие цены не приводят к убыткам за счет формирования конечной цены на основе ряда социальных, политических и экономических факторов.





Применение демпинга несёт за собой различные последствия, в зависимости от поставленных задач и способов его реализации. Однако в общем смысле последствия можно разделить на положительные и отрицательные (рис. 1).

Положительные	Отрицательные
<input type="checkbox"/> вывод новых конкурентных товаров на рынок	<input type="checkbox"/> снижение показателей прибыльности и цехов сегментов рынка
<input type="checkbox"/> расширение клиентской базы	<input type="checkbox"/> препятствие экономическому росту бизнеса
<input type="checkbox"/> сокращение расходов	<input type="checkbox"/> риск неверных финансовых просчетов, потери денег и убытков
<input type="checkbox"/> снижение уровня конкуренции в отрасли	<input type="checkbox"/> этическая сторона и потеря репутации
<input type="checkbox"/> возможность управлять мнением покупателей	<input type="checkbox"/> снижение уровня доверия клиентов
	<input type="checkbox"/> повышенный интерес контролирующих госорганов

Рисунок 1 – Положительные и отрицательные последствия демпинга. Разработка автора на основе [5]

Разумеется, положительные последствия применимы больше к организациям, достигшим цели получения прибыли за счет демпинга. От отрицательных последствий могут пострадать не только конкурирующие организации по данной продукции, но и репутация страны в целом.

Как и во многих других странах, в Республике Беларусь существует антидемпинговая политика, которая направлена на защиту от недобросовестной конкуренции со стороны иностранных производителей. Регулирование антидемпинговой политики осуществляется в соответствии с Законом Республики Беларусь «О мерах по защите экономических интересов Республики Беларусь при осуществлении внешней торговли товарами» №346-3 от 25 ноября 2004 г., согласно которому антидемпинговые меры – это меры по ограничению демпингового импорта товара, применяемые посредством введения антидемпинговой пошлины, в том числе временной антидемпинговой пошлины, либо принятия ценовых обязательств со стороны экспортера этого товара в Республику Беларусь [8].

В заключении можно сказать, что демпинг является специальной формой конкуренции на рынке, которая может приводить к негативным последствиям для экономики. Правительства многих стран предпринимают меры для борьбы с демпингом, такие как введение антидемпинговых пошлин на импортные товары или предоставление субсидий своим отечественным компаниям.

Однако необходимо учитывать, что демпинг может иметь и положительные эффекты, такие как улучшение качества товаров, повышение производительности и снижение цен на рынке в целом. Поэтому, борьба с демпингом должна быть сбалансированной и учитывать преимущества и недостатки этой практики.





В целом, демпинг является сложной и многогранной проблемой современной экономики. Необходимо постоянно следить за его проявлениями и разрабатывать эффективные меры по борьбе с этой практикой, сохраняя баланс между внутренними интересами компаний и благосостоянием экономики в целом.

Список использованных источников:

1. Снижение цены и демпинг – тонкая грань. 7 стратегий борьбы с демпингом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neiros.ru/blog/business/snizhenie-tseny-i-demping-tonkaya-gran-7-strategiy-borby-s-dempingom/>. – Дата доступа: 03.05.2023.

2. Доронина Н.Г. Антидемпинговое законодательство государств – участников ГАТТ / Н.Г. Доронина // Журнал российского права. – 2002. – № 1. – С. 123.

3. Козырин, А.Н. Конкуренция на международных рынках и антидемпинговое регулирование / А.Н. Козырин. – М.: Спартак, 1999. – 208 с.

4. Генеральное соглашение по тарифам и торговле 1994 года [Электронный ресурс]: [Заключено в г. Марракеше 15.04.1994.] // СПС КонсультантПлюс.

5. Что такое демпинг, зачем конкуренты демпингуют цены и как с этим бороться [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.calltouch.ru/blog/chto-takoe-demping-zachem-konkurenty-dempinguyut-czeny-i-kak-s-etim-borotsya/>. – Дата доступа: 03.05.2023.

6. Филипенко В.С. Национальная экономика Беларуси: для экономических специальностей [Электронный ресурс]: электронный учебно-методический комплекс / В.С. Филипенко, Т.В. Зглюй, А.С. Панюсько; УО "Полесский государственный университет". – Пинск: ПолесГУ, 2022. – 171 с.

7. Официальный сайт ОАО "Беларуськалий" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kali.by/>. – Дата доступа: 05.05.2023.

8. О мерах по защите экономических интересов Республики Беларусь при осуществлении внешней торговли товарами: Закон Респ. Беларусь от 25 ноября 2004 г. № 346-З : с изм. и доп. от от 13 июля 2016 г. № 397-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10400346>. – Дата доступа: 07.05.2023.

© Котюга А.А., Панюсько А.С., 2023





УДК 331.108.26

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В СТРУКТУРЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

Кравченко К.С.

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

В настоящее время персонал рассматривается в качестве ключевого ресурса, способного определить перспективы для долгосрочного и надежного присутствия организации на рынке. Это объясняется тем, что движущей силой в процессе развития и производства продукции является персонал. В связи с этим важной задачей, стоящей перед организацией, является формирование новой политики в области управления персоналом, способной обеспечить ей устойчивые конкурентные преимущества на долгосрочный период.

Методологической основой исследования являются общелогические методы анализа и синтеза, а также метод перехода от частного к общему.

В целом необходимость в функционировании эффективной кадровой политики можно обосновать двумя фактами. Во-первых, человеческие возможности являются определяющими в достижении поставленных целей. Важнейшее качество человеческих ресурсов, которое необходимо оценивать при отборе персонала, – это способность достаточно быстро создавать и осваивать новое [1]. Не менее важно то, что данные ресурсы обладают синергетическим эффектом: какие бы не были внедрены технологии, без квалифицированного персонала высокой активности добиться невозможно. Таким образом, учитывая значимость персонала, можно утверждать, что, формируя кадровый потенциал, руководство может прямо пропорционально повлиять на рост конкурентоспособности организации. Во-вторых, содержание и условия труда приобретают большее значение, чем материальная заинтересованность. В результате структурных изменений на рынке труда, как со стороны спроса, так и со стороны предложения возникли новые требования к содержанию и условиям труда. С одной стороны, работодатели отбирают потенциальных работников, определяя у них наличие современных навыков и способностей, таких как цифровые навыки, поликомпетентность, качества для командной работы. Между тем для многих сотрудников становится важным найти ценность в своей работе и самореализоваться в выбранной трудовой сфере.

Исходя из вышеуказанного, кадровая политика формируется в качестве стратегии управления персоналом с целью достижения общеорганизационных целей. Она содержит в себе положения





относительно служебных функций и связей, формируемых в процессе трудового взаимодействия сотрудников. Определяя принципы и процедуры в области управления персоналом, а также механизмы его мотивации и стимулирования, в организации разрабатывается определенная система, позволяющая решать, как оперативные, так и стратегические задачи, возникающие перед персоналом.

Однако в трудовой деятельности персонала неотъемлемой составляющей являются межличностные связи, основывающиеся на принципах и правилах поведения каждого сотрудника. Учитывая конкретные традиции и стандарты поведения персонала, помимо формирования формальных связей кадровая политика может обеспечить создание крепких межличностных взаимоотношений, что может занять значимое место в мотивационной структуре организации.

Одним из методов построения крепких межличностных связей может стать корпоративная культура – это система убеждений, норм поведения, установок и ценностей, определяющая как люди должны работать и вести себя в данной организации, и которые разделяются подавляющим большинством сотрудников данной организации [2]. Она способна сформироваться, в результате взаимодействия следующих факторов: коммуникация, выявление общих правил поведения, норм и ценностей; широта распространения данных ценностей среди персонала, степень их принятия.

В связи с этим, можно сделать вывод, что корпоративная культура представляет собой систему неформальных отношений в организации. Она аккумулирует ценности сотрудников и руководства, способствуя развитию чувств лояльности, удовлетворения от работы, побуждает к социальному взаимодействию, а также может значительно снизить стресс на рабочем месте.

В целом, формирование позитивной корпоративной культуры имеет следующие положительные результаты:

1. Высокая производительность труда. Если корпоративная культура устоялась, то сотрудники принимают модель поведения, укрепившуюся в коллективе. Они стараются направлять свои усилия в большей степени для того, чтобы приблизить организацию к ее целям, поскольку те культурные ценности, которые являются неотъемлемой ее частью, постепенно распространяются на весь коллектив. В результате индивидуальные ценности отдельного работника представляет собой корпоративные ценности организации в целом, что повышает производительность труда;

2. Улучшение самочувствия сотрудников. Корпоративная культура играет важную роль в определении того, какие взаимоотношения сформировались между сотрудниками и руководителями. Если в процессе





управления персоналом отдельное внимание уделяется мероприятиям, ориентированным на укрепление физического и психического здоровья, связей внутри коллектива, то сотрудники начинают лучше себя чувствовать, что впоследствии положительно отражается на их трудовой деятельности.

3. Удержание сотрудников. Организация с развитой корпоративной культурой способна аккумулировать в себе талантливых и квалифицированных работников. Комфортная рабочая среда с элементами открытого общения и взаимодействия позволяет сотрудникам чувствовать, что их ценят, что оказывает положительное влияние на эффективность работы организации. В противном случае сотрудники изо всех сил пытаются найти реальную ценность в своей работе, и это может привести к множеству последствий, в том числе к желанию покинуть текущее рабочее место.

Помимо вышеуказанных преимуществ корпоративной культуры, особенность в ее формировании заключается в том, что это можно сделать с любым бюджетом, в организации любого размера и в любой отрасли. Она представляет собой не только механизм сплочения персонала, но и выступает в качестве одной из форм не денежной мотивации. В настоящее время такие методы становятся не просто обязательными, а базовыми в процессе формирования сильной кадровой политики. В то же время чаще всего этого становится недостаточно.

В основном, для того чтобы привлечь и удержать специалистов, вкладываются значительные средства: используются методы, имеющие денежный характер. Несмотря на то, что данные методы являются в большинстве случаев эффективными, они не способны обеспечить заинтересованность работника в долгосрочной перспективе. Привыкая с материальной мотивации, энтузиазм сотрудников постепенно начинает падать. При этом финансовые издержки значительно возрастают, поскольку надбавки должны поддерживаться на прежнем уровне и на непрерывной основе. Более того, если изначально недовольство в коллективе имело психологическую направленность, выражающееся в неприятии рабочей атмосферы, а также своих коллег, то денежные способы мотивации не помогут руководству удержать ценные кадры.

При развитии же корпоративной культуры, появляется новый рычаг в структуре мотивации персонала, отражающий нематериальный характер. Она способна стать неотъемлемой частью трудового процесса и в последствии влиять на поведение сотрудников, постепенно изменяя их поведение в соответствии с ценностями присущими конкретной организации. Более того, когда сотрудники ознакомлены и принимают культурные ценности, то их сплочённость и их производительность растёт.





Резюмируя вышесказанное, перед современными организациями стоит задача разработать эффективную кадровую политику, ориентированную на создание такого персонала, который обладал бы более высокими способностями и сильной мотивацией к выполнению задач, стоящих перед организацией. Однако для того, чтобы иметь трудоспособных специалистов, необходимо создать у них стимул к эффективной работе.

Одним из способов укрепления кадровой политики может служить корпоративная культура, грамотное формирование которой может способствовать успешному развитию организации: от ее уровня зависит репутация организации на рынке, способность своевременно реагировать на передовые технологии, а также создавать комфортные условия труда людей. При этом корпоративная культура неразрывно связана с мотивацией персонала, поскольку она способна интегрировать персонал, создавая благоприятную среду для трудовой деятельности. Следовательно, чем сильнее корпоративная культура организации, тем меньше нужно уделять внимание развитию формальных правил и положений для управления поведением работника, при этом корпоративную культуру необходимо изучать, следить за ее формированием, совершенствовать и регулировать ее изменения.

Список использованных источников:

1. Бардовский В.П., Плахова Л.В. Управление человеческими ресурсами в организациях сектора информационных технологий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – № 1 (43). – С. 48–55.
2. Arkhipova O.V., Nodos D.V., Zelexinskii A.L. Influence of corporate culture on the employee personality structure // Economic Vector. – 2021. – № 1 (24). – С. 71–75.

© Кравченко К.С., 2023

УДК 339.9

РОССИЙСКО-АЛЖИРСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В КОСМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Крайнов С.К., Кашин Е.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

«Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова», Москва

С началом нового века многие страны начали стремиться изучать космические просторы. Каждая страна со своей спецификой старается выйти в космос и применять свои технологии для развития своего государства, в том числе страны Северной Африки. Алжир создал и





успешно развивает свою космическую программу, основываясь на своей специфике и географическому положению. Попробуем детально изучить и проанализировать их потенциал развития космической сферы и сотрудничества с Россией.

Область космоса имеет стратегическое значение, и Алжир уделяет большое внимание этой области, тем более что она имеет особое положение и привилегированную роль посредника между континентами и цивилизациями. Так стратегические цели национальной космической программы Алжира (NSP) состояли из [1]: развития промышленных мощностей; удовлетворения национальных потребностей; владения знаниями и ноу-хау.

Данная программа призывает к использованию спутникового дистанционного зондирования, спутниковой локализации (GPS, Glonas, Galileo в перспективе) [2], услуг космической связи и географических информационных систем (ГИС), предлагая различным национальным секторам мощные инструменты поддержки принятия решений. Новые системы должны помочь Алжиру при мониторинге расширения пустыни, нахождения новых источников воды, реализации план развития и управления рыболовством в Алжире, развитие сельского хозяйства Сахары, мониторингу инструментов городского планирования и жилищных программ для 18 вилайетов, реализация ГИС для распознавания и локализации участков ненадежного жилья в разных муниципалитетах, картирование зон туристической занятости, развитие пространственной оптики и точной механики, телекоммуникации и космических вычислений.

При реализации космической программы Алжир использует только национальный капитал и финансирование, вовлекая в разработку Народную национальную армию и другие ведомства.

Алжир принял свою первую космическую программу в 2006 году и с тех пор активно развивает научные исследования в данной области. Алжирское космическое агентство, которое было создано в 2002 году как национальное учреждение, отвечающее за определение и реализацию космической политики Алжира. Созданная 9 апреля 2007 г. Докторская школа космических технологий и приложений призвана способствовать укреплению потенциала исследователей высокого уровня, технологическому мастерству и формированию навыков. С момента своего создания в 2007 году Докторская школа космических технологий и приложений (EDTAS) подготовила 65 магистров и насчитывает 53 студента, обучающихся в докторантуре по пяти специальностям.

Стоит отметить, что алжирское космическое агентство состоит из центральной структуры и четырех оперативных подразделений: Центра





космической техники, Центра космических приложений, Центра разработки спутников и Центра эксплуатации телекоммуникационных систем. Алжир на данный момент управляет 6 спутниками.

Для реализации целей, перечисленных в Национальной космической программе, Алжирское космическое агентство осуществило действия по сотрудничеству, развернутые в двусторонней, с одной стороны, космическими державами, а с другой стороны, с развивающимися странами. Что касается двустороннего сотрудничества, Алжирское космическое агентство подписало:

3 правительственных соглашения о сотрудничестве с Аргентиной, Аргентинским космическим агентством (CONAE), Францией (Французское космическое агентство: CNES) и Украиной (Украинское космическое агентство NSAU);

7 меморандумов о взаимопонимании и сотрудничестве с агентствами и организациями, отвечающими за космос в России (Роскосмос), Китае (CNSA), Великобритании (Космическое агентство Великобритании), Германии (DLR), Индии (ISRO), Сирии (GORS) и Аргентины (CONAE).

Кроме того, завершается подготовка 3 правительственных соглашений с Россией (Роскосмос), ЮАР (SANSА) и Китаем (CNSA) [3].

Алжир – первое арабское государство, заключившее с Россией соглашение о стратегическом партнерстве в 2001 году. Россия и Алжир уже в 2023 году могут подписать декларацию об углубленном стратегическом партнерстве.

Также Алжир – один из крупнейших мировых экспортеров нефти и газа. Именно поэтому одно из приоритетных направлений российско-алжирского сотрудничества – участие российских компаний в освоении нефтегазовых ресурсов Алжира: разведка, добыча, строительство нефте- и газопроводов, переработка углеводородов, а также координация политики как экспортеров энергоносителей. В 2022 году Алжир подал заявку на вступление в БРИКС [4]. Это свидетельствует об открытости и многополярности отношений, чтобы не быть зависимыми от определенного партнера. Данная концепция полностью соответствует стратегическим нормам, прописанным в национальной доктрине (NSP).

В ноябре 2002 года с космодрома Плесецк был осуществлен запуск ракетополителем «Космос» первого алжирского научно-исследовательского спутника «Алсат-1» [5]. Значительное место в двустороннем сотрудничестве занимает подготовка национальных кадров для различных отраслей народного хозяйства Алжира. С помощью России были созданы четыре института, построены или расширены 40 учебных профцентров.





Алжирская сторона намерена использовать возможности российской космической отрасли для запусков своих космических аппаратов и для создания и эксплуатации наземной инфраструктуры. В соглашении 2001 года намечены также совместные научные исследования, подготовка кадров и передача технологий. Стороны сошлись и во мнении о необходимости в ближайшее время подписать рамочное соглашение о мирном использовании космоса, но к 2023 году оно так и не было подписано.

В 2018 году Россия предоставила Алжиру доступ к навигационным данным системы спутниковой навигации ГЛОНАСС сроком на 10 лет. Более техническое сотрудничество России и Алжира не наблюдаются, остальные 5 спутников были запущены при помощи компаний из Великобритании, Франции и Китая [6].

Подводя итоги, можно сделать выводы, что Россия имеет потенциал обмена научных знаний и готовые технические средства для достижения всех потребностей Алжира в развитии их космической программы [7]. Правительство Алжира проявляет открытость и гибкость в своих космических инновациях, поэтому особенно важно уделить должное внимание взаимобмену научными исследованиями, которые бы привели к более близкому сотрудничеству и взаимовыгодных сделок. Таким образом, Россия может стать важным экономическим, технологическим, научным и транспортным партнером, без которого невозможно будет совершать пилотируемые запуски ракет. Это партнерство может привести к будущим новым странам, готовые работать вместе для достижения своих целей.

Список использованных источников:

1. Bekhti M. Algeria's Space Programme for the Sustainable Development // 57th International Astronautical Congress 02 October 2006 - 06 October 2006. Valencia, Spain. URL: <https://arc.aiaa.org/doi/10.2514/6.IAC-06-B5.1.04> (дата обращения 05.05.2023).

2. L'Agence Spatiale Algérienne (ASAL). URL: <https://asal.dz/> (дата обращения 05.05.2023).

3. Chinafrica Algeria Announces 2020-2040 Space Program to Launch More Satellites. URL: http://www.chinafrica.cn/The_Latest_Headlines/201712/t20171220_800112702.html (дата обращения 05.05.2023).

4. Алжир подал заявку на вступление в БРИКС. ТАСС. 07.11.2022. URL: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/16264255?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com (дата обращения 05.05.2023).

5. Space Generation Advisory Council Algeria. URL: <https://spacegeneration.org/regions/africa/algeria> (дата обращения 05.05.2023).





6. Spacehubs.africa The African Aerospace Industry: A Closer Look.
URL: <https://spacehubs.africa/insight/african-aerospace-industry> (дата обращения 05.05.2023).

7. Российские инновационные технологии и мировой рынок: Международный форум. Москва, РУДН, 27 октября 2015 г. Москва: РУДН, 2015. 120 с.

© Крайнов С.К., Кашин Е.А., 2023

УДК 640.41

ПРОБЛЕМЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ТОВАРОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Кретьева А.Д.

Научный руководитель Ильина С.И.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования*

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

В настоящее время на предприятиях промышленности строительных материалов отсутствуют реальные условия для эффективной реализации политики импортозамещения, так как наблюдается недостаток материальных и экономических ресурсов, в связи с этим актуален вопрос о замещении товаров и технологий, которые импортируются из других стран.

Сегодня настоятельно требуется уточнение мер по замещению импорта в различных сферах отечественного производства. Одно из последних решений правительства РФ – продлить действие упрощенного порядка подтверждения пригодности новых стройматериалов, который был введен в апреле 2022 года как одна из мер по обеспечению развития российской экономики в условиях санкционного давления. Согласно постановлению, подписанному Михаилом Мишустиним, упрощенный порядок, который позволяет быстрее выводить на рынок новые строительные материалы, изделия и конструкции и нивелировать риск их дефицита из-за внешних ограничений, будет действовать до конца 2023 года [1]. Задача по преодолению критической зависимости от зарубежных технологий и промышленной продукции была поставлена в послании Президента РФ Федеральному Собранию в середине 2022 г. В ее рамках была разработана стратегия развития промышленности строительных материалов, в которой описывается уровень обеспеченности отрасли материалами отечественного производства (табл. 1) [2].





Таблица 1 – Уровень обеспеченности строительными материалами отечественного производства

Виды строительных материалов	Уровень обеспеченности, %
Цемент, бетон, растворы строительные	до 100,0
Строительное стекло и изделия	до 90,0
Металлоконструкции строительные	до 90,0
Прокат, трубы, профили из металлов	до 90,0
Текстильные изделия	до 98,0
Пенополиуретан (ППУ) для теплоизоляции	0
Материалы строительной химии	до 30,0
Кабельно-проводниковая продукция	до 30,0
Отделочные, лакокрасочные и гидроизоляционные материалы	до 50,0
Трубы ВЧШГ и запорная арматура трубопроводов	до 50,0
Электротехнические изделия и оборудования	до 35,0

Такая ситуация складывается из-за недостаточного уровня внедрения инновационных материалов и технологий в производство, их низкой конкурентоспособности. Но основные действия по импортозамещению в строительной отрасли ограничиваются протекционизмом по закупкам готовой продукции и не затрагивают интеллектуальную составляющую отрасли – российские разработки (технические решения) и бренды. Этим объясняется актуальность вопроса о повышении конкурентоспособности строительных отечественных материалов. Чтобы оценить масштабы работы по обеспечению эффективного импортозамещения проведем анализ отношения импортируемых и экспортируемых товаров и услуг в сфере строительства за прошедший 2022 год [3]. Присущая российскому экспорту строительных услуг нестабильность его объемов в основном сохранится до 2025 года при незначительной стабилизации динамики к концу периода и скорее всего только по строительству за рубежом.

Разность величин экспорта и импорта дает отрицательное сальдо, который отражает пассивный торговый баланс, а он считается нежелательным и обычно оценивается как признак слабости внешнеэкономических позиций страны. Очевидно влияние строительной отрасли на экономику страны, а значит, возникла необходимость развития и повышения конкурентоспособности товаров и услуг отрасли для уменьшения доли экспорта.

В настоящее время уделяется особое внимание развитию промышленности строительных материалов, соотношение цена/качество отечественной продукции пока не так высоко, как у зарубежных аналогов, а, значит, снизить процент импорта до минимума в ближайшее время не получится.

У российских производителей есть перспективные преимущества перед создателями импортируемой к нам продукции. Основные – это лучшее знание условий эксплуатации; возможность организовать высокое послепродажное обслуживание; организация постоянного взаимодействия с потребителями.





Далее представим основные факторы, влияющие на качественное развитие промышленности строительных материалов и повышение ее конкурентоспособности: технологические прорывы; разработка новых материалов; внедрение в производственные процессы инновационных технологий (в том числе нанотехнологий); снижение затрат и рост производительности труда.

Большинство указанных факторов, являются взаимозависимыми и усугубляют основные системные проблемы отрасли – технологическую отсталость, разобщенность, закрытость.

Импортозамещение сегодня представляет собой многофункциональную процедуру и несет в себе большой объем вложений в реальный сектор экономики не только со стороны государства посредством финансовых затрат абсолютно всех степеней, но и также со стороны предпринимателей [4]. Для того чтобы все задачи государственной политики были осуществлены и реализованы успешно, предлагаемые проекты импортозамещения в различных секторах экономики России потребуют больших инвестиций.

Ввиду тенденции развития и разработки стратегий и программ по внедрению технологий в производство, можно прогнозировать положительное развитие программы импортозамещения, которое обеспечит создание дополнительных рабочих мест, появление новых компаний и предприятий, и создаст благоприятные условия для отечественных товаропроизводителей.

Таким образом, от грамотности и эффективности формирования и внедрения российской стратегии импортозамещения будет зависеть степень активности российских предприятий по производству качественных, высокотехнологичных строительных товаров, не уступающих импортным аналогам, что в перспективе создаст благоприятные условия для стабильного и устойчивого их развития.

Список использованных источников:

1. Импортозамещение в строительстве: о чем думает государство, что предпринимает бизнес, чем делятся специалисты
https://www.vedomosti.ru/press_releases/2022/10/11/importozameschenie-v-stroitelstve-o-chem-dumaet-gosudarstvo-cto-predprinimaet-biznes-chem-delyatsya-spetsialisti - дата обращения 18.04.2023.;

2. Стратегии инновационного развития строительной отрасли Российской Федерации на период до 2030 года - <http://zanostroy.ru> - дата обращения: 21.03.2023.;

3. https://cbr.ru/Collection/Collection/File/43428/External_Trade_in_Services_2021.pdf дата обращения 18.04.2023.;





4. Борисова Н. И., Борисов А. В., Панасенко Н. А. Энергетические, экономические и экологические проблемы развития современных городов // Социология города. 2018. № 4. С. 39-51.

© Кретьова А.Д., 2023

УДК 338.45

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ РИСКИ В ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Криворотова Д.А., Кушнир А.М.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Текстильная и легкая промышленность являются одними из важнейших секторов производства потребительских товаров и экономически важной частью обрабатывающей промышленности. Специфика данных видов деятельности связана с возникновением ряда экологических проблем, среди которых: загрязнение водных ресурсов, выбросы токсичных веществ в атмосферу и появление большого числа отходов производства и потребления.

Производство текстиля, швейных и обувных изделий, изделий из кожи и меха было основано на воде и по-прежнему связано с этим ключевым ресурсом. Доступность водных ресурсов во многом способствовала развитию отраслей текстильной и легкой промышленности – предприятия отрасли находятся под сильным влиянием речных систем, морей и дельт, где возникали города, но сейчас, ввиду деятельности человека, вода может представлять угрозу для осуществления деятельности предприятий и образованию стратегических альянсов.

Всемирный фонд дикой природы (WWF) в отчете «Avant Garde: Water risks and opportunities facing the apparel and textile clusters» [1] выделил водные риски и проанализировал, как эти риски будут развиваться к 2050 году в условиях климатических и социально-экономических изменений по пессимистическому сценарию. По итогам анализа ключевыми водными рисками, влияющими на промышленность, ее работников и природу названы дефицит воды, ухудшение ее качества, затопление обширных территорий и комплексное загрязнение экосистем.

Значимыми источниками загрязнения вод являются текстильные фабрики и комбинаты, а также производства, связанные с выделкой кожи. Согласно государственному докладу о состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации, который был подготовлен Министерством





природных ресурсов и экологии РФ, в 2021 году наблюдались относительно небольшие объемы сбросов сточных вод предприятиями обрабатывающей промышленности – 2641,9 млн м³, без очистки от общего объема сброса сточных вод в 2021 году было сброшено 32,6% [7]. На рис. 1 приведена динамика сброса сточных вод предприятиями обрабатывающей промышленности в поверхностные водные объекты за 2018-2021 года, что иллюстративно демонстрирует снижение сбросов.

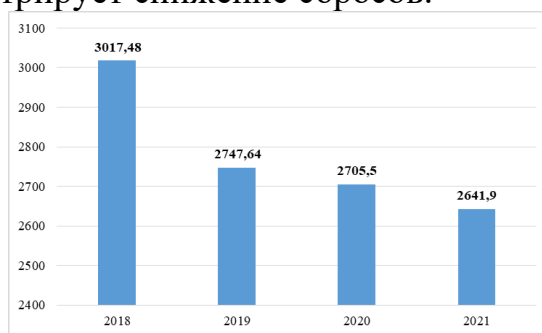


Рисунок 1 – Сбросы сточных вод предприятиями обрабатывающей промышленности в поверхностные водные объекты, млн м³ [5, 6, 7].

Анализируя структуру сброса сточных вод предприятиями по видам экономической деятельности в 2021 году, можно сказать, что в сточных водах обрабатывающей промышленности преобладают нормативно-очищенные сточные воды, их доля в общем объеме нормативно-очищенных сточных вод составила 20,1%. Загрязненные сточные воды данного вида деятельности занимают 14,9% от общего объема [7].

Согласно докладу, на сокращение объема сброса загрязненных сточных вод положительно повлияли строительство и ввод в эксплуатацию очистных сооружений и установок, реализация технических и производственных мер. Положительно оценивая подобную динамику в целом, автор полагает, что она является недостаточной и актуализирует проблему управления водными рисками. Причем актуальность ее решения в краткосрочной и долгосрочной перспективе будет только возрастать.

Управление водными рисками играет важную роль в деятельности предприятий, так как они приводят к различным финансовым последствиям, например, снижение доходов (производственные ограничения, возникшие из-за нехватки воды); увеличение расходов (затраты на очистку воды); списание активов (поврежденная инфраструктура от затопления); увеличение затрат на финансирование (ухудшение кредитного рейтинга из-за некачественного управления водными рисками).

Загрязнение атмосферы выбросами с предприятий текстильной и легкой промышленности также является экологическим риском. Несмотря на то, что выбросы с предприятий данных отраслей незначительны (за 2022 год выброшено в атмосферу 9833 тонны загрязняющих веществ, что





составляет примерно 0,06% от общего выброса [4]), среди веществ присутствуют: диоксид серы, оксид углерода, оксиды азота, твердые вещества, бензин, этилацетат, аммиак, ацетон, бензол, толуол, сероводород, оксид ванадия и другие [9].

В настоящий момент реализуются множество мероприятий по предотвращению выбросов в атмосферу предприятиями текстильной и легкой промышленности, среди которых можно выделить следующие: совершенствование технологических процессов; модернизация методов пылеулавливания; подавление процессов образования вредных веществ [8]. Очищают выбросы с предприятий с помощью фильтрации, абсорбции, адсорбции, конденсации, использования механических осадителей, химических методов очистки и других.

Важнейшими областями возникновения экологических рисков также являются отходы производства и потребления. Объем текстильных отходов потребления в составе твердых бытовых отходов значительно превышает объем текстильных отходов производства и является одним из основных источников сырья для производства вторичных текстильных материалов. Большинство текстильных отходов, в особенности их химических волокон, по своему качеству не уступают первичному сырью, их переработка позволяет удовлетворить потребности, которые ограничены ввиду недостаточности природных ресурсов и производственных мощностей [2]. Утилизация вторичного сырья происходит путем его сжигания (топливо), переработки в бумагу и строительный материал без выделения вредных продуктов (тяжелых металлов, формальдегидов и др.).

Помимо рассмотренных ранее, существуют и другие экологические риски предприятий текстильной и легкой промышленности [3]:

- требование больших посевных площадей под природные растительные волокна (хлопок, лен, сизаль и другие);

- использование в выращивании природных растительных волокон препаратов-ядохимикатов;

- большие затраты энергии и воды для переработки текстиля;

- внушительные затраты на утилизацию и очистку выбросов в атмосферу и водоемы;

- необходимость использования токсичных химикатов и красителей при обработке материалов;

- проявление токсичности по отношению к человеку некоторыми текстильными вспомогательными веществами готовых текстильных изделий;

- повышенные требования к качеству сырья для производства синтетических волокон (в первую очередь, нефти и газа).





Таким образом, предприятия текстильной и легкой промышленности за последние несколько лет стараются добиться определенного прогресса в области устойчивого развития, активизировав работу в области сокращения выбросов химических веществ, отходов производства и потребления, минимизации негативного влияния на климат. Но одна из важнейших проблем – водная – практически игнорируется в исследуемых отраслях. Следует отметить, что управление экологическими рисками на предприятиях текстильной и легкой промышленности особенно важно, так как они имеют прямое влияние на жизнь человека: развитие онкологических заболеваний, сокращение средней продолжительности жизни, повышение уровней заболеваемости и смертности.

Список использованных источников:

1. Water risks and opportunities facing apparel and textile clusters [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: https://wwf.panda.org/wwf_news/?7096966/Water-risks-and-opportunities-facing-apparel-and-textile-clusters (Дата обращения: 30.04.2023г.)

2. Бекмуродова, О. А. Проблемы переработки отходов текстильной и легкой промышленности / О. А. Бекмуродова, С. В. Илюшина, А. Н. Минязова // Архивариус. – 2016. – № 10(2). – С. 66-68. – EDN YKNEUN.

3. Зеленый текстиль [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://inpctlp.ru/news/zelyenyu-tekstil/> (Дата обращения: 01.05.2023г.)

4. РОСПРИРОДНАДЗОР Информация об охране атмосферного воздуха [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://rpn.gov.ru/open-service/analytic-data/statistic-reports/air-protect/> (Дата обращения: 02.05.2023г.)

5. О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2019 году. Государственный доклад. – М.: Минприроды России, 2020. – 1848 с.

6. О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2020 году. Государственный доклад. – М.: Минприроды России; МГУ имени М.В. Ломоносова, 2021. – 864 с.

7. О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2021 году. Государственный доклад. – М.: Минприроды России; МГУ имени М.В. Ломоносова, 2022. – 684 с.

8. Рокотянская, В. В. Анализ влияния антропогенных факторов промышленного производства на окружающую среду (на материалах легкой промышленности) / В. В. Рокотянская, М. В. Россинская // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2011. – № 2. – С. 253-260. – EDN OGIQZF.





9. Циммерман, В. И. Воздействие отраслей промышленности на воздушную среду города / В. И. Циммерман, С. Э. Бадмаева // Вестник КрасГАУ. – 2015. – № 4(103). – С. 3-6. – EDN RYHSND.

© Криворотова Д.А., Кушнир А.М., 2023

УДК 659.1

ПРИВЛЕЧЕНИЕ И УДЕРЖАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТОВАРОВ ПЕРВОЙ НЕОБХОДИМОСТИ ТОРГОВЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Кружкова Ю.П., Гатина А.Б., Ушакова Я.Д.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Актуальность данной темы заключается в том, что конкуренция на рынке товаров сегодня очень высока, поэтому каждая торговая организация стремится привлечь как можно больше потребителей и удержать их на долгое время. При правильном построении работы торговой организации одновременно над расширением текущей базы и удержанием старых потребителей с обеспечением успеха, и уменьшением риска провала.

Хочется обратиться к главному понятию данной темы, удержание клиентов – это процесс поддержания существующих клиентов на месте, борьбы за их лояльность и предотвращения их перехода к конкурентам. Целью удержания клиентов является сохранение товарооборота, увеличение доходов, повышение имиджа компании и обеспечение долгосрочного успеха. Для этого компании используют различные методы и стратегии, направленные на удовлетворение потребностей и ожиданий клиентов.

В настоящее время, рынок первой необходимости является одним из самых конкурентных в мире. Большинство торговых предприятий, которые занимаются продажей товаров первой необходимости, осознают, что в условиях растущей конкуренции для них было бы крайне важно привлекать новых клиентов, а также удерживать уже существующих. В данной статье мы рассмотрим основные методы, используемые торговыми предприятиями для привлечения и удержания потребителей товаров первой необходимости.

Для начала, следует отметить, что для торгового предприятия первостепенная задача состоит в том, чтобы удовлетворить потребности клиентов. Чтобы привлечь новых клиентов и удержать уже существующих, необходимо предложить им не только качественные





товары, но и высокий уровень обслуживания. Один из способов удовлетворения потребностей клиентов – это предоставление им информации о продуктах, которые они покупают. Для этого используются такие инструменты, как прикладные брошюры, папки-каталоги, буклеты и другие материалы, которые помогают клиентам сделать правильный выбор.

Еще один метод, который используется для привлечения клиентов, – это рекламные кампании. Реклама может быть различной – от рекламы в газетах до интернет-маркетинга. Реклама должна быть максимально привлекательной и креативной, чтобы привлечь внимание потенциальных клиентов.

Еще один метод, который помогает торговым предприятиям привлечь и удержать клиентов, – это программы лояльности. Такие программы предусматривают возможность получения различных бонусов, скидок и других вознаграждений за покупки на данном торговом предприятии. Чем больше покупок клиент делает, тем больше бонусов он получает.

Наконец, еще одним важным методом привлечения клиентов является создание уникальной атмосферы в торговом предприятии. Это может быть достигнуто очень многими способами – от декорирования витрин до создания удобного и приятного музыкального сопровождения. Кроме того, должно быть обеспечено удобство в покупках, быстрое обслуживание и просто непринужденная обстановка.

Как видно из вышеизложенного, существует множество способов, которые можно использовать для привлечения и удержания клиентов в торговых предприятиях, занимающихся продажей товаров первой необходимости. Главное принцип, который следует помнить – это удовлетворение потребностей клиентов. Если торговое предприятие сможет удовлетворить потребности своих клиентов и предложить им уникальные условия, то оно сможет выйти на лидирующие позиции на рынке первой необходимости.

Кто же является потребителями товаров первой необходимости? Потребители товаров первой необходимости – это люди, которые нуждаются в жизненно важных продуктах для поддержания своего здоровья и выживания. К таким продуктам относятся: продукты питания, включая хлеб, молоко, мясо, рыбу, яйца, фрукты и овощи; лекарства и медицинские товары, включая маски, антисептики, лекарства от боли, термометры; бытовая химия, включая мыло, моющие средства, средства для дезинфекции; гигиенические средства, включая зубную пасту, зубные щетки, шампуни, гели для душа; энергоносители, включая газ, электричество, топливо для транспорта.





Потребители товаров первой необходимости могут быть людьми разных возрастных групп и социальных слоев, но для многих из них эти товары являются основными и необходимыми для жизни.

Рассматривая способы удержания потребителей более конкретно, можно выделить несколько пунктов:

1. Качество товаров и услуг. Одна из важных составляющих удержания потребителей – это качество продуктов и услуг. Если товары качественные, а обслуживание на высоком уровне, то клиенты будут довольны и вернуться снова.

2. Цены и скидки. Клиенты всегда стараются выбрать лучшее соотношение цены и качества. Если торговое предприятие предлагает адекватные цены и систему скидок, это может стать еще одним фактором привлечения клиентов.

3. Персональный подход. Еще один способ удержания клиентов – это персонализация обслуживания. Магазины и торговые точки могут знать потребности и предпочтения клиентов и предлагать индивидуальные условия для каждого из них.

4. Программы лояльности. Многие компании разрабатывают программы лояльности для своих клиентов: накопительные карты, скидки, бонусы за покупки и др. Это может стать стимулом для клиентов вернуться в магазин и провести больше времени за покупками.

5. Коммуникация. Важную роль играет взаимодействие с клиентами: надежность и оперативность обратной связи, понимание потребностей и желаний клиентов, умение решать возникающие проблемы и оказывать помощь. Это поможет удерживать клиентов и привлекать новых.

4. Цикл обратной связи с клиентами. Для того, чтобы удержать клиентов, нужен процесс получения отзывов клиентов и обмена этой информацией с остальными подразделениями организации. Здесь вступает в действие цикл обратной связи с клиентами. Это обеспечивает систему для сбора, анализа и распространения отзывов клиентов и опросов.

Существует несколько способов сбора отзывов клиентов. Наиболее распространенный способ – это опрос. Также можно предоставить клиентам возможность оставлять отзывы после каждого звонка или взаимодействия. Регулярное использование нескольких из этих методов должно обеспечить команду обширными и релевантными отзывами клиентов.

После того, как компания собрала обратную связь, необходимо проанализировать результаты опроса, обратив внимание на тенденции в поведении клиентов, чтобы улучшить пользовательский опыт. Используя данную систему для сбора отзывов клиентов и обмена ими, компания





может эффективно реагировать на критику и улучшать качество обслуживания клиентов.

Потребители товаров первой необходимости могут уйти от торгового предприятия по нескольким причинам:

1. Цена товаров. Если цены на товары в торговом предприятии слишком высокие в сравнении с конкурентами, потребители могут выбрать более доступные варианты.

2. Доступность товаров. Если в торговом предприятии не хватает товаров или они постоянно заканчиваются, потребители могут перейти к другому магазину, где товары всегда в наличии.

3. Качество товаров. Если качество товаров в торговом предприятии не соответствует ожиданиям потребителей, они могут выбрать другой магазин, где качество товаров выше.

4. Обслуживание клиентов. Если персонал торгового предприятия не дружелюбен и не профессионален в обслуживании клиентов, это может привести к потере клиентов.

5. Репутация. Если торговое предприятие имеет низкую репутацию из-за скандалов, негативных отзывов и т.д., потребители могут выбрать другой магазин, у которого лучше репутация.

Основные проблемы торговой организации, из-за которых клиенты могут уходить: некачественный сервис; грубое отношение менеджера; неудобный интерфейс сайта, сложная форма заказа; отсутствие связи с компанией. Часто покупки совершаются случайно: покупатель нашел магазин в Яндексe, быстро оформил заказ и благополучно закрыл сайт. Мало кто сохраняет интернет-магазины в закладки. Как итог – потеря связи с продавцом. Чтобы этого не допустить, компания должна налаживать связь самостоятельно (через электронную почту или телефон, которые указываются в форме заказа). К проблемам также можно отнести следующие:

Одноразовые продажи. Небольшие интернет-магазины рады каждой продаже. И обычно останавливаются на ней, не стараясь подтолкнуть покупателя к новому заказу, что тоже является ошибкой.

Отсутствие экспертности. Сейчас экспертность – это тренд во всем. Между двумя одинаковыми магазинами с похожим прайсом покупатель всегда выберет и останется в том, где есть какая-то бесплатная польза для него. Простой пример: видеообзоры товаров или функция сравнения отдельных позиций.

Таким образом, ключевые причины, по которым потребители могут уйти от торговой организации – цена товаров, доступность товаров, качество товаров, обслуживание клиентов, репутация. Каждая торговая организация обязана проводить анализ своих потребителей и грамотно





выстраивать систему, которая поможет удерживать клиентов и привлекать новых.

© Кружкова Ю.П., Гатина А.Б., Ушакова Я.Д., 2023

УДК 339.5

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Крымская А.А., Панюсько А.С.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

В настоящее время, и это уже не опровержимый факт, весь мир накрыла неопределённость, а нарастание геополитического напряжения повсеместно приводит к проблемам в экономике и состоянии общества. В этой связи освещение проблемы внешней торговли и связанной с ней проблемы торгового дисбаланса Республики Беларусь имеет особую актуальность и значимость. Это всё обуславливает необходимость выработки внешнеэкономической политики государства на основании полученных сведений, определения приоритетных направлений развития государства и совершенствования его мирохозяйственных связей на современном этапе.

Достижение поставленной цели возможно только при наличии способности экономики страны противостоять в течение длительного периода времени внутренним и внешним негативным воздействиям.

На сегодняшний день, наиболее развитой формой международных экономических отношений для Республики Беларусь является внешняя торговля.

Существуют различные подходы к определению внешнеторговой политики, которые представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Сущность понятия «внешнеторговая политика» в литературе

Авторы	Определения
Ю.В. Мелешко [1]	Внешнеторговая политика представляет собой систему мероприятий, нацеленных на защиту внутреннего рынка или на стимулирование роста объема внешней торговли, изменение ее структуры и направлений товарных потоков.
Д.Г. Маслов [2]	Внешнеторговая политика – это система мер по регулированию государством экспортных и импортных операций.
В.П. Червый [3]	Внешнеторговая политика - целенаправленное воздействие государства на торговые отношения с другими странами.

Таким образом, на основании вышеизложенных определений был сделан следующий вывод: наиболее полно определение раскрыто у Ю.В. Мелешко. Автор согласен с утверждением Ю.В. Мелешко о том, что внешнеторговая политика представляет собой систему мероприятий, нацеленных на защиту внутреннего рынка или на стимулирование роста объема внешней торговли, изменение ее структуры и направлений товарных потоков.





Выделяют две системы внешнеторговой политики – протекционизм и свободная торговля, или либерализация торговли. Протекционизм – экономическая политика государства по защите внутреннего рынка. Заключается в системе мер по ограничению и контролю внешнеторговой деятельности, по стимулированию экспорта. Протекционизм характеризуется введением высоких таможенных пошлин на импортные товары. К этим пошлинам, ограничивающим ввоз иностранных товаров, нередко приплюсовывают экспортные премии, поощряющие вывоз товаров за границу.

Основные показатели внешней торговли Республики Беларусь за 2017-2022 гг. представлены на рис. 1.

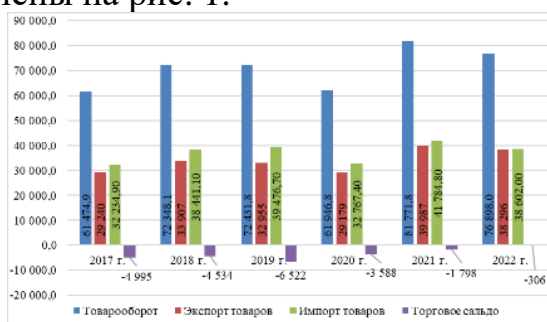


Рисунок 1 – Показатели внешней торговли Республики Беларусь за 2017-2022 гг., в млн долл. США. Разработка автора на основании [4]

Следует отметить тенденцию увеличения объёма внешней торговли, экспорта Республики Беларусь с 2017 по 2018 гг. Так, в рассматриваемом периоде в 2018 году по сравнению с 2017 годом, объём внешней торговли увеличился на 8873,2 млн. долл. США, экспорт – на 4667,0 млн. долл. США. С 2019 года по 2020 год наблюдается тенденция к снижению основных показателей внешней торговли, что обусловлено пандемией COVID-19, которая привела к беспрецедентным проблемам в мировой экономике [5]. Начиная с 2021 года внешнеторговый оборот увеличился и составил 81771,8 млн. долл. США, чего нельзя сказать о 2022 г., данный показатель снизился на 4873,8 млн. долл. США, это обусловлено рядом санкций со стороны ЕС по отношению к Республике Беларусь. В анализируемом периоде наблюдается сохранение тенденции отрицательного сальдо, что свидетельствует о постоянном превышении импорта над экспортом.

Республика Беларусь осуществляет многовекторную внешнеэкономическую политику и активно участвует в международных интеграционных процессах. Беларусь является экспортоориентированным государством с развитой промышленностью и сельским хозяйством [6].

Основным торговым партнёром Беларуси является Российская Федерация, чья доля, в 2022 году составила 58,2% стоимостного объёма внешней торговли товарами.





Беларусь поставляет в Россию продукцию машиностроения и сельского хозяйства. В свою очередь, белорусская промышленность использует материалы и комплектующие российских партнеров.

В тоже время, Республика Беларусь экспортирует в Российскую Федерацию в основном мясомолочную продукцию: сыры и творог, сливочное масло, молоко и сливки, йогурты, кефиры, мясо и колбасные изделия; рыбу и рыбную продукцию; лесоматериалы и изделия из дерева; бытовую технику: холодильники, телевизоры, электроплиты и электронагревательные приборы; сельскохозяйственную технику и запчасти к ней, и так далее.

Однако при этом белорусская экономика нуждается в российских энергоносителях, за счет которых удовлетворяется подавляющая часть потребностей страны в нефтепродуктах и газе. Кроме этого, из России идут поставки отдельных видов сырья для химической промышленности, машин и оборудования, а также зерна.

Так, в январе-июне 2022 года зарегистрированы объёмы экспортно-импортных операций со 182 странами мира. Товары поставлялись на рынки 148 государств, импортировалась продукция из 165 стран (рис. 2).



Рисунок 2 – Структура основных торговых партнёров Республики Беларусь в январе-июне 2022 г. Разработка автора на основании [4]

По данным статистики, внешнеторговый оборот Республики Беларусь по итогам 2022 года снизился на 6,4% к аналогичному прошлогоднему периоду, в том числе экспорт упал на 3,7%, импорт – на 8,9%. Выросли поставки белорусской продукции в страны СНГ (на 6,5%), в том числе в ЕАЭС (на 21,9%), из него в Россию (на 23,1%). В страны вне СНГ экспорт снизился на 17,6%, в том числе в Евросоюз – на 30% [6].

Таким образом, к основным проблемам внешнеторговой политики Республики Беларусь следует отнести:

1) структурную несбалансированность экономики (преобладание материало- и энергоемких производств, недостаточное развитие сферы услуг и высокотехнологичного сектора);





2) недостаточную эффективность национальной инновационной системы;

3) низкую эффективность и недостаточные объемы привлечения прямых иностранных инвестиций в экономику.

4) пандемию COVID-19;

5) санкций со стороны ЕС по отношению к Республике Беларусь.

На основании проведенного анализа и выявленных проблем в области внешней торговли Республики Беларусь, нами были предложены следующие приоритетные направления внешней политики Республики Беларусь:

1) активное привлечение иностранных инвестиций (средств международных фондов прямых инвестиций);

2) структурные преобразования экономики, направленные на рост экспорта высокотехнологичной, наукоемкой продукции с высокой долей добавленной стоимости и одновременное снижение импорта некритичных для экономики товаров и ресурсов. Трансформация затратных и неэффективных производств;

3) активное стимулирование товарного экспорта с помощью экспортных кредитов на перспективную продукцию, налоговых и таможенных льгот экспортерам;

4) наращивание экспорта услуг, прежде всего, сектора транспорта и логистики. Именно профицит в торговле услугами позволяет частично компенсировать отрицательное сальдо торгового баланса.

5) проведение импортозамещающей политики, направленной на рационализацию импорта товаров и услуг посредством стимулирования отечественных производителей аналогичных продуктов, создание на территории страны новых предприятий, в том числе и с участием иностранного капитала для организации выпуска продукции, которая прежде импортировалась.

6) проведение диверсификации экспорта – стратегии государства, направленной не только на увеличение количества видов и наименований продукции и услуг, предназначенных для экспорта, но и переориентации рынков сбыта международной торговли.

Результаты изучения материала показали, что в условиях геополитического напряжения, Республике Беларусь необходимо концентрировать внешнеполитические усилия на ряде наиболее важных и перспективных векторов. Среди них:

Российская Федерация, стратегическое союзническое взаимодействие с которой строится на основе Договора о создании Союзного государства Беларуси и России;





всестороннее стратегическое партнёрство с Китайской Народной Республикой;

взаимодействие со странами «дальней дуги» – Азии, Африки и Латинской Америки.

Список использованных источников:

1. Мелешко Ю.В. международная экономика : электронный конспект лекций для студентов специальности 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии» / Ю. В. Мелешко– Минск : БНТУ, 2018. – 254 с.

2. Маслов Д.Г. Организация и техника внешнеэкономической деятельности: учеб.- метод. пособие : в 2 ч. / Д. Г. Маслов ; отв. ред. С. Г. Михнева, Д. Г. Маслов. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2017. – Ч. 1. – 324 с.

3. Червый В.П. Международная экономика : курс лекций для студентов экономических специальностей дневной и заочной формы обучения / В.П. Чёрный. - Витебск : УО «ВГТУ», 2009. - 119 с.

4. Филипенко В.С. Национальная экономика Беларуси: для экономических специальностей [Электронный ресурс]: электронный учебно-методический комплекс / В.С. Филипенко, Т.В. Зглюй, А.С. Панюсько; УО "Полесский государственный университет". – Пинск: ПолесГУ, 2022. – 171 с.

5. Панюсько А.С. Влияние пандемии COVID-19 на экономику Республики Беларусь и экономику развитых стран / А.С. Панюсько// Архивариус. –2020. – №4 (49) – С. 55-56.

6. Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/kak-razvoracivaetsa-vektor-vnesnej-torgovli-poprosili-prokomentirovat-eksperta>. – Дата доступа: 08.05.2023.

© Крымская А.А., Панюсько А.С., 2023

УДК 332.85; 658.2

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Крюкова В.С., Пупенцова С.В.

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

Изучая рынок недвижимости, каждый человек нередко сталкивался с понятием договором долевого участия (далее ДДУ). Можно сказать, что долевое строительство – это особая форма инвестиций, при которой покупатель вкладывает денежные средства застройщику в возведение какого-либо объекта недвижимости. Эта отрасль для потенциальных





покупателей стала интересна за счет ее низкой цены по сравнению с уже готовыми и сданными объектами. В статье будет рассмотрено изменение количества спроса на договоры долевого строительства в Санкт-Петербурге.

Цель исследования – выявить особенности и перспективы развития первичного и вторичного рынка жилой недвижимости Санкт-Петербурга за период 2018-2022 гг., включая ипотечное кредитование и ДДУ. Задачи исследования: провести сравнительный анализ основных экономических показателей состояния жилищного сектора строительной отрасли в 2018-2022 годах; определить наличие влияния макроэкономических изменений последних лет на текущее состояние рынка жилой недвижимости; выявить меры государственной поддержки строительной отрасли.

Материалы и методы решения задачи: синтез, индукция (индуктивное обобщение (эмпирическое), конкретизация, сравнение.

Свое начало данная отрасль берет с 1990-ых годов, когда бюджетное финансирование было приставлено и необходимо было искать другие пути по возведению объектов [1]. Как раз после этого был найден выход из ситуации – привлечение денежных средств самих граждан. В то время на рынке появилось немало «обманутых дольщиков», так как сфера еще не регулировалась законами. Чтобы как-то сгладить ситуацию в 2004 году был принят закон «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» [2]. Данный закон запрещал застройщикам брать денежные средства граждан до получения документов, разрешающих строительство.

Также в 2018 году по состоянию на 1 апреля насчитывалось около 2134 проблемных объектов, с которыми столкнулись дольщики [3]. Долевое строительство является довольно рискованной сферой, так как существует большое количество недобросовестных застройщиков, которые при каждом изменении в законодательстве в пользу защиты граждан, находят новые пути обмана [4].

Начиная с 1 июля 2019 года, все застройщики обязаны создавать специальные счета в банках (эскроу-счета), на которых будут размещаться денежные средства граждан, и с которых будут совершаться платежи исключительно на строительство объекта. Количество сделок по договору долевого участия в Санкт-Петербурге в 2016 году составляло 57518, в 2017 – 62959 договоров [5]. Рассмотрим динамику изменения количества договоров в Санкт-Петербурге с 2018 года по 2022 год (рис. 1).



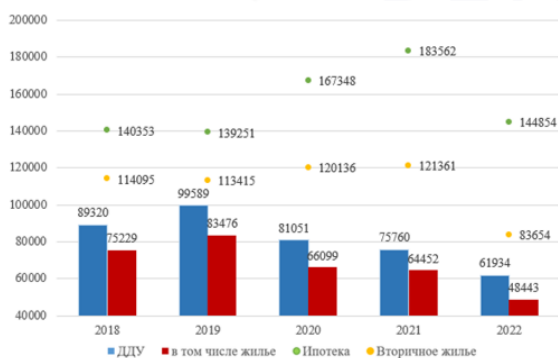


Рисунок 1 – Количество договоров на жилищном рынке Санкт-Петербурга

По данным рисунка можно заметить, что количество сделок по ДДУ до 2020 года постоянно росло. Однако, как было сказано раньше, существующие риски обмана не останавливали граждан в заключении договоров с застройщиками. После 2019 года наблюдается снижение договоров, но при этом наблюдаем повышенный спрос на заключение сделок с ипотекой. Это было связано с тем, что начали снижаться ставки по ипотеке и люди стали приобретать жилье данным образом чаще. Так количество сделок с ипотекой с 2018 года по 2021 год увеличилось на 43209 договоров или на 30,79%. Также за этот период повысился спрос на вторичную недвижимость на 7266 договоров или 6,37%. После 2021 года отмечается снижение заключения договоров по долевому участию, ипотеке и вторичному жилью на 18,25%, 31,07% и 21,09% соответственно.

Стоимость за 1 кв. м в новостройках и на вторичном рынке на 4 октября 2018 года составляла 106,680 тыс. рублей и 126,200 тыс. рублей соответственно [6]. В 2019 году на 3 октября цена изменилась следующим образом: первичное жилье – 136,591 тыс. рублей, вторичное жилье – 118,485 тыс. рублей. В 2020 году первичное и вторичное жилье увеличилось на 12,147 тыс. рублей и 25,241 тыс. рублей. То есть, можно заметить, что цены на недвижимость растут, а также стоимость первичного жилья пользовалась наибольшим спросом в этот период, что ее стоимость за кв. м. стала превышать эту же стоимость за вторичное жилье. В 2021 году на рынке наблюдалась следующая ситуация: прирост цен на 23,1% на первичное жилье и на 32,36% на вторичное жилье. В 2022 году цена 1 кв. м на первичном рынке составляла 248,117 тыс. рублей, на вторичном – 208,444 тыс. рублей. Спрос на ипотеку сохранился, прежде всего, за счёт льготной ставки 7% и околонулевой ипотеки. Таким образом, цены на период с 2018 года по 2022 год повысились на 132,58% и 65,17% соответственно. На период с февраля 2022 года по апрель 2023 года стоимость первичного жилья больше рынка вторичного.

В 2023 году эксперты отмечают, что ближе к концу года будет наблюдаться небольшой спрос, так как многие люди хотят закончить





любые дела под конец года, чтобы в «новый» год выйти без каких-либо долгов.

Выделим факторы, влияющие на спрос в следующем году [7, 8, 9]:

льготная программа по ипотеке 7% может завершиться и тогда спрос на ипотеку очевидно снизится, либо же государство разработает новую льготную программу, и тогда спрос либо сохранится, либо повысится;

застройщики для сохранения спроса на второе полугодие и на 2024 год могут предлагать собственные льготные условия, акции; также существуют предложения от застройщиков: рассрочка и трейд-ин.

Ввод жилья планируется сохранить на прежнем уровне. По данным Росстата, за январь-октябрь 2022 года было введено 88 млн. кв. м жилья, что почти достигло показателя 2021 года. После пандемии 2019 года активно строились объекты недвижимости, сейчас же ситуация иначе: спрос уже не такой как раньше, люди не видят сильной необходимости скупать недвижимость. Поэтому сейчас прогнозируется возводить примерно столько же, сколько и на период прошлых лет, так как остался избыток предложения с 2019 года.

Отметим, что последние события оказали влияние на состояние строительной отрасли: наблюдается существенный рост объёма предложений и цен на первичном рынке жилой недвижимости, при этом спрос существенно снизился. Государственное регулирования строительной отрасли активно продолжается: ввод ДДУ, предложение льготных условий по ипотекам, а также субсидированные ставки по проектному финансированию.

Список использованных источников:

1. Алексеева Н.С. История научных исследований в области управления недвижимостью / Н. С. Алексеева, С. В. Пупенцова, В. В. Пупенцова // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2017. – № 4(30). – С. 9-19. – EDN YLWXSC.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51038/. – Дата доступа: 04.05.2023.

3. Недвижимость и строительство Петербурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nsp.ru/35231-v-dekabre-2022-goda-v-peterburgezaklyucili-4194-ddu-na-46-mense-cem-v-noyabre>. – Дата доступа: 04.05.2023.

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

5. Restate.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.restate.ru/material/v-peterburge-po-itogam-2017-goda-vyros-obem>





prodazhi-zhiloy-nedvizhimosti-i-na-pervichnom-i-na-rynke-166841.html. –
Дата доступа: 04.05.2023.

6. Restate.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<https://spb.restate.ru/graph/ceny-prodazhi-kvartir/>. – Дата доступа: 04.05.2023.

7. Попова П.В. Обзор рынка редевелопмента Санкт-Петербурга / П.
В. Попова, С. В. Пупенцова // Фундаментальные и прикладные
исследования в области управления, экономики и торговли : Сборник
трудов научной и учебно-практической конференции. В 3-х частях, Санкт-
Петербург, 06–07 июня 2017 года. Том Часть 1. – Санкт-Петербург:
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого", 2017. – С. 79-86. – EDN YSUHWN.

8. Алексеева Е.А. Информационная база как основа мониторинга
рынка коммерческой недвижимости Санкт-Петербурга / Е. А. Алексеева,
С. В. Пупенцова // Цифровые технологии в логистике и инфраструктуре :
Материалы международной конференции, Санкт-Петербург, 26 ноября
2020 года – 27 2021 года. – Санкт-Петербург: Федеральное
государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра
Великого", 2021. – С. 67-74. – EDN TVXAIIF

9. Середнева О.В. Сравнительный анализ методов финансирования
на рынке жилой недвижимости / О. В. Середнева, С. В. Пупенцова //
Неделя науки СПбПУ : материалы научной конференции с
международным участием, Санкт-Петербург, 13–19 ноября 2017 года. Том
Часть 1. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский
политехнический университет Петра Великого", 2017. – С. 132-135. – EDN
XYZTOS.

© Крюкова В.С., Пупенцова С.В., 2023

УДК 336.6

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Кудрявцева В.А., Андросова И.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Устойчивое развитие в настоящее время можно по праву отнести к
одной из самых популярных и, как следствие, упоминаемых тем и в





корпоративном секторе и общественном дискурсе. Реализация основных целей, сформулированных ООН, дает возможность как сообществу, так и корпорациям внести свой вклад в сохранение экологии и соблюдение прав человека. Однако, в современной экономике совершенствование стратегии компании в сторону «зеленых» стандартов и социальных инициатив возможно в финансово устойчивых компаниях. Одним из таких высокодоходных, платежеспособных, а также инновационных секторов в России, который демонстрирует стабильно высокие показатели по экономической деятельности является банковский сектор.

На сегодняшний день одним из крупнейших банков России, Центральной, а также Восточной Европы является ПАО «Сбербанк». На современном этапе это не просто банк, а целая экосистема и предоставляет широкий спектр как банковских услуг, так и небанковских. На протяжении 4 лет (с 2017 по 2020 гг.) «Сбер» удерживает звание «Самого дорогого бренда России» по версии аналитиков компании Brand Financeruen [1]. А в 2020 году после ребрендинга увеличил даже свою прибыль на том, что сменил символику. Чтобы реализовывать деятельность в области устойчивого развития банк должен иметь стабильное финансовое положение.

Главным показателем деятельности и основным источником собственных средств банка является прибыль. Она определяется по итогам работы за год исходя из фактической суммы доходов и расходов банка (из общей суммы доходов вычитаются операционные расходы, материальные и приравненные к ним затраты и расходы на оплату труда) [2].

В табл. 1 приведена информация по структуре и динамике доходов банка за период 2020-2022 гг.

Таблица 1 – Анализ структуры и динамики доходов ПАО «Сбербанк» за 2020-2022 года

Показатели	2020		2021		2022		Изменение	
	млрд. руб.	Удельный вес, %	млрд. руб.	Удельный вес, %	млрд. руб.	Удельный вес, %	млрд. руб.	Удельный вес, %
Доходы комиссионные	775,3	14,9	898,6	15,3	940,6	15,7	165,3	0,7
Операционные доходы	2022,2	38,9	2289,6	38,9	1386,7	23,1	-635,5	-15,8
Процентные доходы	2399,3	46,2	2699,1	45,8	3677,1	61,2	1277,8	15,1
Итого	5196,8	100,0	5887,3	100,0	6004,4	100,0	807,6	-

Из таблицы видно, что в общем доходы банка возросли на 807,6 млрд. рублей. При этом объем операционных доходов снизился почти на 16%, а процентные и комиссионные доходы возросли более, чем на 1 триллион рублей. Это привело изменению структуры доходов. Если раньше операционные и процентные доходы были приблизительно равны, то теперь преобладающую часть в структуре имеют процентные доходы (почти две трети в структуре), а остальные факторы имеют примерно





одинаковые веса. Коммерческий банк генерирует процентные доходы от выдачи кредитов, таким образом, в 2022 году выдача кредитов предприятиям и населению значительно увеличилась. В свою очередь операционные доходы формируются за счет оказания банковских операций своим клиентам.

В табл. 2 приведена информация по структуре и динамике расходов банка за период 2020-2022 года.

Таблица 2 – Анализ структуры и динамики расходов ПАО «Сбербанк» за 2020-2022 года

Показатели	2020		2021		2022		Изменение	
	млрд. руб.	Удельный вес, %	млрд. руб.	Удельный вес, %	млрд. руб.	Удельный вес, %	млрд. руб.	Удельный вес, %
Комиссионные расходы	222,7	12,6	294,4	14,2	243,5	8,5	20,8	-4,07
Операционные расходы	759,6	42,8	834,4	40,3	822	28,7	62,4	-14,17
Процентные расходы	791,1	44,6	939,7	45,4	1802,3	62,8	1011,2	18,24
Итого	1773,4	100,0	2068,5	100,0	2867,8	100,0	1094,4	-

Из данных табл. 2 понятно, что в общем расходы банка увеличились примерно на 1 триллион рублей. Объем каждого компонента также увеличился, однако структура расходов претерпела изменения. Если раньше операционные (42,8%) и процентные (44,6%) расходы были приблизительно равны, то теперь преобладающую часть в структуре имеют процентные расходы (62,8%).

На основании проведенного анализа финансовой устойчивости банка можно отметить его стабильное состояние в период 2020-2022 гг., что в основном обусловлено ростом доходов, более медленному росту расходов, а также увеличением обеспеченности собственными и привлеченными средствами. Коммерческий банк ведет деятельность с невысоко рискованными активами и продолжает увеличивать свои показатели и вести активную деятельность, не смотря на национальные и глобальные вызовы.

В рамках устойчивого развития ПАО «Сбербанк» ставит перед собой цель, стать лидером системных изменений в области ESG на национальном и международном уровнях для создания экономики процветания, эффективной для общества и сохранения окружающей среды, на основе заинтересованности, сотрудничества и творчества сотрудников банка, клиентов, инвесторов, акционеров, партнеров и государства.

Подход Сбера основывается на концепции ESG, предполагающей учет трех групп факторов: Environmental – экологические, Social – социальные, Governance – управленческие.

Данная структура дополняется категорией «Экономическое процветание» (Prosperity) в соответствии с концепцией устойчивого развития, утвержденной Организации Объединенных Наций.





Предложенный подход основан на понимании устойчивого финансирования, которое включает в себя рассмотрение широких экологических, социальных, управленческих и экономических аспектов устойчивого развития так, как это описано Финансовой инициативой Программы Организации Объединенных Наций по окружающей среде (UNEP FI) и формирующимся стандартом по устойчивому финансированию ISO 32200.

С учетом роли Сбера в российской экономике добавление элемента Prosperity к третьей сфере ESG – Governance – отражает тесную связь между качеством корпоративного управления и деятельностью по обеспечению долгосрочного экономического процветания, не только для компании, но и для внешних заинтересованных сторон.

В рамках своей деятельности банк выделяет для себя 4 роли для взаимодействия:

как организация (характеризуется ограниченным по масштабу воздействием и полным контролем);

как финансово-технологическая группа (характеризуется средним по масштабу воздействием и существенным контролем);

как системообразующий институт российской экономики (характеризуется сильным по масштабу воздействием и слабым контролем);

как участник международного рынка и глобальных инициатив (характеризуется максимальным по масштабу воздействием и минимальным контролем).

Сбер разделяет важность и стремится вносить вклад в достижение Целей в области устойчивого развития ООН, принятых на международном уровне в 2015 г. и являющихся основой для координации усилий правительств, бизнеса и гражданского общества в решении наиболее актуальных проблем человечества.

В качестве наиболее приоритетных целей коммерческий банк реализует следующие: ЦУР 1. Ликвидация нищеты; ЦУР 8. Достойная работа и экономический рост; ЦУР 9. Индустриализация, инновации и инфраструктура; ЦУР 10. Уменьшение неравенства; ЦУР 13. Борьба с изменением климата.

Для того чтобы, понять на сколько конкурентно способную политики в области устойчивого развития ведет Сбер, можно обратиться открытым рейтингам устойчивого развития.

Сбербанк в рейтинге, составленном РБК совместно с рейтинговым агентством НКР, относится к категории с высоким уровнем ESG-индекса. Он получил хорошие оценки за управленческий компонент. Это говорит о достойном уровне развития корпоративного управления компании.





Социальный компонент также на хорошем уровне. Сбербанк, как и многие компании, отметил, что социальная поддержка сотрудников у них намного шире минимальных требований закона.

С экологической составляющей у банка тоже все на хорошем уровне, в отличие от многих других финансовых институтов. Это связано с тем, что важную роль в расчетах играло наличие «зеленого» кредитного или инвестиционного портфеля. Сформировать такой портфель смогли лишь единицы игроков. У всех остальных эта работа пока на начальной стадии [4]. У Сбербанка «зеленые» кредиты в 2022 году составили 1,3 трлн. рублей, что больше прогнозного значения и говорит о активной работе в этом направлении [6].

Согласно рейтингу Российского союза промышленников и предпринимателей Сбербанк второй год подряд имеет Средний рейтинг, что говорит о том, что банк продолжает вести стабильную деятельность в сфере устойчивого развития.

Рейтинг РАЭС-Аналитики ставит Сбербанк на 24 место среди 180 компании и дает оценку ВВВ [5], что на 20 позиций выше показателя прошлого года. Однако если смотреть компании, относящиеся к банковскому сектору, то перед сбербанком находится только Московский кредитный банк [7]. Это говорит о том, что сбербанк ведет более активную деятельность в сфере устойчивого развития, чем другие Российские банки. Однако оценка ВВВ говорит о том, что управление ESG-рисками и возможностями находится на среднем уровне. От компании требуется реализация ряда дополнительных мер для управления теми ESG-рисками, которым подвержена компания [8].

Подводя итог, следование целям устойчивого развития крайне важно в корпоративном сегменте. Компании играют ведущую роль в сокращении вредного влияния на атмосферу, в создании комфортных и благоприятных условий для сотрудников. [9] Сбербанк обладает весомым финансовым потенциалом для достижения целей, активно реализует свою деятельность в рамках устойчивого развития. Он охватывает все сферы и задачи, которые выбрал для себя приоритетными, также с каждым годом деятельность в этом направлении не останавливается, а только расширяется.

Список использованных источников:

1. Ведущие российские бренды демонстрируют рост, несмотря на пандемию COVID-19 // Brand Finance URL: <https://brandfinance.com/press-releases/%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D1%83%D1%89%D0%B8%D0%B5-%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5-%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%8B->





%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8 (дата обращения: 02.05.2023).

2. Общая теория денег и кредита: учебник для вузов / под ред. Жукова Е.Ф. – 2-е изд., перераб. и доп. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017.

3. Ключевые факты Политики Сбера в области ESG и устойчивого развития // сбербанк URL: https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/normative_docs/ru/key_facts_sber_esg_policy_rus.pdf (дата обращения: 06.05.2023).

4. С экологической составляющей не все гладко»: итоги ESG-индекса компаний // РБК URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/63380fea9a794735cc5cea52> (дата обращения: 12.05.2023).

5. Рэнкинг: ESG-рэнкинг российских компаний (февраль 2023 года) // РАЭК-Аналитика URL: https://raex-rr.com/pro/ESG/ESG_companies/ESG_rating_companies/2021.12/ (дата обращения: 12.05.2023).

6. «Зеленый» портфель Сбера достиг 1,3 трлн рублей в 2022 году // газета.ру URL: <https://www.gazeta.ru/business/news/2023/02/07/19684543.shtml> (дата обращения: 12.05.2023).

7. Рэнкинг: ESG-рэнкинг российских компаний, декабрь 2021 года // РАЭК-Аналитика URL: https://raex-rr.com/pro/ESG/ESG_companies/ESG_rating_companies/2021.12/ (дата обращения: 12.05.2023).

8. Новый ESG-рэнкинг // РАЭК-Аналитика URL: https://raex-rr.com/esg/ESG_rating (дата обращения: 12.05.2023).

9. Акимова Т.М. Некоторые аспекты ESG-инвестиций как элемента «зеленой» экономики / Т. М. Акимова, И. В. Андросова // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2021) : Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 06–10 декабря 2021 года. Том Часть 4. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2021. – С. 171-175.

© Кудрявцева В.А., Андросова И.В., 2023





УДК 004.735

ПРИМЕНЕНИЕ WEB-ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА СКЛАДСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Кузин Д.Д., Коцюк Е.В.

Научный руководитель Бузик Т.Ф.

*Димитровградский инженерно-технологический институт – филиал
федерального государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования «Национальный исследовательский
ядерный университет «МИФИ», Димитровград*

Для организации процесса складского учета на предприятии актуальной задачей является его оптимизация на основе автоматизации учетных работ, связанных с обработкой информации в ходе проведения информационного сопровождения материально-технического снабжения производства, хранения готовой продукции и её распределение в процессе комплектации заказов. Реализация учетных задач на основе применения информационных технологий позволяет оперативно обрабатывать, передавать и хранить в большем объеме информацию в электронном виде, а также оптимизировать параметры информационных потоков, увеличивая точность их выполнения.

Для компании, занимающейся производством резинотехнических изделий, в связи расширением производства проведены исследования по автоматизации процесса учета информации об изделиях, сотрудниках, материалах, заказчиках, поставщиках и нарядах, с целью увеличения точности учетных работ и уменьшения количества бумажных носителей.

Современные приложения и базы данных позволяют производить оперативно различные действия с большим объемом данных за небольшой промежуток времени, тем самым снимая нагрузку с человека. На основе изучения предмета исследования сделан вывод, что разработка web-приложения является актуальной задачей с позиции необходимости применения инновационного подхода для оптимизации процесса складского учета на предприятии.

Разработанное web-приложение содержит базу данных, где сохранены уникальные идентификаторы продуктов и материалов, а также их количества; информация о сотрудниках, включая их ФИО и должности; данные о клиентах, такие как их имена, номера телефонов и заказы; информация о поставщиках, включая их имена, номера телефонов и поставки; уникальные идентификаторы нарядов и информация о статусе продукта после проверки. Структурная схема спроектированного web-приложения приведена на рис. 1.





Рисунок 1 – Структурная схема web-приложения

Исходя из потребностей заказчика web-приложение выполняет ряд следующих функций:

создание, редактирование и удаление информации о сотрудниках, поставщиках, заказчиках, нарядах, изделиях, материалах и их наличие на складе;

поиск, сортировка и фильтрация данных по различным параметрам;

создание отчетов по требованию пользователя;

разграничение прав пользователей;

применение процедуры аутентификации для защиты информации, которая осуществляется путем ввода соответствующих учетных данных – логина и пароля;

управление web-приложением с мобильного устройства.

После того, как пользователь прошел авторизацию, он попадает на титульную форму, где ему доступны различные вкладки, такие как «Сотрудники», «Поставщики», «Заказчики», «Изделия», «Материалы» и т.д. Web-приложение реализовано с помощью Django Framework языка Python [1]. Данный фреймворк является одним из самых популярных инструментов в разработке web-приложений. Данный выбор обусловлен личными предпочтениями вследствие длительного времени применения Python при разработке сайтов на данном фреймворке. Django имеет встроенную панель администратора, которая позволяет управлять базой данных, и обладает встроенной защитой. Лучшей инструментальной средой для разработки приложения на Python и всего что с ним связано является PyCharm [2], разработанная чешской компанией JetBrains.

Интерфейс web-приложения соответствует требованиям и предназначен для пользователей различной квалификации, и предлагает дружелюбный дизайн с интуитивно понятными функциями и органами управления. Это позволяет ускорить знакомство с интерфейсом работников и упрощает изучение дополнительных функций, что в свою очередь положительно сказывается на эффективности работы. На рис. 2 представлена форма отображения отчета о бракованных изделиях за текущий месяц.



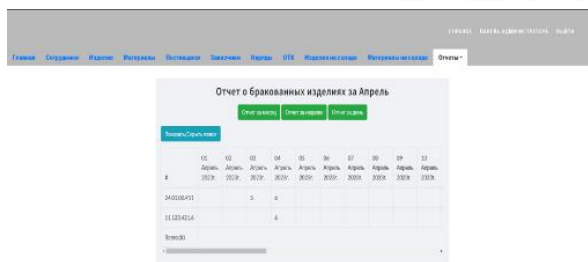


Рисунок 2 – Форма отчета web-приложения

Применение web-приложения для оптимизации процесса складского учета на предприятии во многом облегчает работу персонала компании и минимизирует ошибки с их стороны. Преимуществами внедрения веб-приложения для работников предприятия, участвующих в процессе передвижения продукции и других ресурсов следует обозначить: позволяет менеджеру в автоматизированном режиме отслеживать наличие продукции на складе, регулировать и фиксировать её количество с целью обеспечения лучшего распределения товаров по заказчикам, исходя из запросов; для торгового представителя позволяет оперативно получать информацию по остаткам на складе и запасам готовой продукции, а также отслеживать движение продукции для определения статуса товара.

Перспективами развития web-приложения являются улучшение его дизайна и добавление новых функций для оптимизации взаимодействия с приложением и сопутствующих процессов.

Список использованных источников:

1. Django упрощает создание лучших веб-приложений быстрее и с меньшим количеством кода [Электронный ресурс] – URL: <https://www.djangoproject.com/> (дата обращения: 19.04.2023).

2. Среда разработки PyCharm [Электронный ресурс] – URL: <https://www.jetbrains.com/ru-ru/pycharm/features/> (дата обращения: 20.04.2023).

© Кузин Д.Д., Коцюк Е.В., 2023





УДК 330.43

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА УРОВЕНЬ ВВП В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кузина Н.С.

Научный руководитель Никаноркина Н.В.

*Калужский филиал федерального государственного образовательного
бюджетного учреждения высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Калуга*

Валовой внутренний продукт (ВВП) является наиболее важным показателем измерения экономической ситуации в любой стране, который выражает в рыночных ценах совокупную стоимость товаров и услуг, созданных внутри страны и только с использованием факторов производства данной страны. Этот макроэкономический показатель используется при анализе уровня национальной экономики, а также динамического развития экономики. В прогнозных исследованиях мы опираемся именно на динамику ВВП.

ВВП страны измеряет экономический рост нации путем вычисления количества товаров и услуг, произведенных в стране за определенный период времени. Обычно, но не всегда, высокое значение ВВП означает более высокий уровень жизни в соответствующей стране. Так как именно малое и среднее предпринимательство, согласно статистике, в целом, имеет большую долю вклада в ВВП нашей страны.

Поэтому в настоящее время проблема исследования экономических факторов, стимулирующих рост валового внутреннего продукта и оказывающих непосредственное влияние на его динамику, является наиболее актуальной.

Цель работы – создать эконометрическую модель для оценки воздействия различных факторов на динамику ВВП в Российской Федерации за последние 22 года, и использовать построенную модель для краткосрочного прогноза исследуемого показателя.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи: отобраны факторные признаки для построения линейной модели множественной регрессионной; отбор факторов модели методом исключения статистически незначимых факторов; построено уравнение множественной линейной регрессии; дана оценка параметров построенной модели регрессии и экономическая интерпретация коэффициентов данной модели; оценено качество модели; проведена оценка статистической значимости уравнения регрессии в целом и его параметров; построены прогнозы результативного показателя на 2 года вперед.





Данные для проведения анализа были отобраны с сайта Федеральной службы государственной статистики. На основе отобранных статистических данных за последние 22 года был проведен корреляционно-регрессионный анализ влияния факторов на результирующий признак y , в качестве которого выбран объем ВВП в Российской Федерации. К числу факторов, влияющих на ВВП, были отнесены следующие: x_1 – количество предприятий малого бизнеса (включая микропредприятия), тыс.ед.; x_2 – инвестиции в основной капитал предприятий малого бизнеса (включая микропредприятия), млрд. руб.; x_3 – оборот малых предприятий за год, трлн. руб.; x_4 – уровень безработицы, %; x_5 – среднесписочная численность работников (без внешних совместителей), тыс. чел.; x_6 – уровень инфляции, %.

Все данные отобраны на конец соответствующего года; количество наблюдений $n=22$, число факторов в модели $m=6$.

Проведём отбор факторных признаков для дальнейшего построения линейной регрессионной модели методом исключения из модели статистически незначимых факторов.

Для проведения регрессионного анализа используем Пакет анализа Excel, в частности, инструмент «Регрессия». Сначала построим модель регрессии по всем шести определяющим факторам. Определим статистические незначимые коэффициенты регрессии. Для этого сравниваем p -значения с уровнем значимости альфа 0,05.

В результате применения метода исключения из модели статистически незначимых факторов приходим к выводу о возможности включения в модель только трех факторов: x_1 – количество предприятий малого бизнеса (включая микропредприятия), тыс. ед.; x_2 – инвестиции в основной капитал предприятий малого бизнеса (включая микропредприятия), млрд. руб.; и x_4 – уровень безработицы, %.

Уравнение зависимости ВВП от количества предприятий малого бизнеса, от инвестиции в основной капитал предприятий малого бизнеса (включая микропредприятия) и от уровня безработицы, можно записать в следующем виде:

$$\hat{y} = 17365,9924 + 24,2649 * x_1 + 30,9611 * x_2 - 3136,0817 * x_4$$

Коэффициенты «чистой» регрессии в этом уравнении показывают:

$b_1 = 24,2649$ – увеличение количества предприятий малого бизнеса (x_1) на 1 тыс. ед. при неизменных инвестициях в основной капитал (x_2), и при неизменном уровне безработицы (x_4), ВВП в среднем увеличится на 24,2649 млрд. руб.

$b_2 = 30,9611$ – увеличение инвестиций в основной капитал (x_2) на 1 млрд. руб., при неизменном количестве предприятий малого бизнеса (x_1) и





неизменном уровне безработицы (x_4), увеличит ВВП в среднем на 30,9611 млрд. руб.

$b_3 = -3136,0817$ – увеличение уровня безработицы (x_4) на 1%, при неизменном количестве предприятий малого бизнеса (x_1) и неизменных инвестициях в основной капитал (x_2), приведет к уменьшению ВВП в среднем на 3136,082 млрд. руб.

После того, как мы построили уравнение регрессии, оценим тесноту связи между факторами и результатом с помощью коэффициента множественной корреляции R . По данным из протокола регрессии коэффициент множественной корреляции $R = 0,993291$. Этот коэффициент показывает тесную связь между зависимой переменной y – уровнем ВВП и тремя включенными в модель объясняющими факторами.

Далее проводим оценку точности модели множественной регрессии путем определения двух показателей:

а) коэффициент детерминации $R^2 = 0,9866264$, который показывает долю вариации результативного признака под воздействием факторов, включенных в модель. В данном случае 98,7% вариации ВВП объясняется вариацией количества предприятий малого бизнеса, инвестиций в ОК и уровнем безработицы, остальные 1,3% – влияние факторов не учтено в модели. Этот показатель говорит о высокой точности построенной модели.

б) средняя ошибка аппроксимации $\bar{A} = 0,96\%$. То есть, в данной модели расчетные значения в среднем отклоняются от фактических на 0,96%. Значение средней ошибки аппроксимации должно быть в пределах меньше 8-10%, т.е. исходя из этого, мы видим, что модель является хорошо подобранной по качеству.

Оценка статистической значимости уравнения регрессии в целом проводится с помощью F -критерия Фишера. Она показала, что, так как фактическое значение критерия больше табличного, то нулевая гипотеза о статистической незначимости модели регрессии отклоняется в пользу H_1 . То есть, уравнение регрессии в целом статистически значимо с вероятностью 95% и это говорит о том, что модель может быть применена нами для дальнейшего анализа и последующего прогнозирования значения результативной переменной.

Для оценки параметров в уравнении регрессии в эконометрике используется метод наименьших квадратов (МНК), суть которого заключается в проверке 6 предпосылок: случайность уровней ряда остатков; проверка равенства нулю среднего значения ряда остатков; постоянство дисперсии случайных отклонений (свойство гомоскедастичности); отсутствие автокорреляции в остатках; нормальное распределение остаточной совокупности; отсутствие мультиколлинеарности факторов.





Проведенный анализ показал, что из шести перечисленных условий не выполняются третье, пятое и шестое. Поэтому модель можно считать удовлетворительной с вероятностью 95%.

Так как из-за различия единиц измерения и разной колеблемости факторов коэффициент чистой регрессии невозможно использовать для непосредственной оценки влияния факторов на зависимую переменную, найдем коэффициенты эластичности и бета-коэффициенты:

$$\varepsilon_i = b_i \frac{\bar{x}_i}{y}, \beta_i = b_i \frac{\sigma_{xi}}{\sigma_y}$$

Коэффициент эластичности показывает, на сколько процентов изменяется зависимая переменная y при изменении фактора на один процент: $\varepsilon_{x1} = 0,8795$ $\varepsilon_{x2} = 0,2682$ $\varepsilon_{x4} = -0,564$

Таким образом, при изменении только количества предприятий малого бизнеса на 1%, размер ВВП увеличится в среднем на 0,88%; при изменении только инвестиций в основной капитал на 1% размер ВВП увеличится в среднем на 0,27%; при изменении только уровня безработицы на 1% размер ВВП уменьшится в среднем на 0,56%. В целом влияние фактора x_1 на y больше, чем влияние x_2 и x_4 .

Полученный результат подтверждается расчетом бета-коэффициентов: $\beta_{x1} = 0,49976$ $\beta_{x2} = 0,3252$ $\beta_{x4} = -0,2181$

Бета-коэффициент показывает, что при изменении количества предприятий малого бизнеса (x_1) на 1 своё среднее квадратическое отклонение (СКО) при фиксированном уровне факторов x_2 и x_4 объем ВВП в среднем увеличивается на 0,499 своего СКО; при изменении инвестиций в основной капитал (x_2) на 1 своё СКО при фиксированном уровне факторов x_1 и x_4 результат y в среднем увеличивается на 0,325 своего СКО; при изменении уровня безработицы (x_4) на 1 своё СКО при фиксированном уровне фактора x_1 и x_2 результат y в среднем уменьшится на 0,218 своего СКО. В целом влияние фактора x_1 на y больше, чем влияние факторов x_2 и x_4 .

Анализ полученных результатов позволяет высказать предположение, что данная регрессионная модель может использоваться для прогнозирования значения ВВП на будущие два года. Проведем точечное прогнозирование исследуемого показателя, используя подбор модели графическим способом с помощью мастера диаграмм MS Excel.

Для фактора x_1 – количество предприятий малого бизнеса (включая микропредприятия), тыс. ед., выбрана линейная модель, по которой получены прогнозные значения на два года вперед: $x_{1,1} = 2656,015$ тыс. ед.; $x_{1,2} = 2755,7$ тыс. ед. (рис. 1).



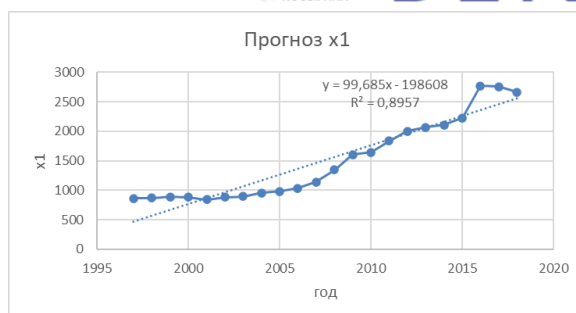


Рисунок 1 – Прогноз показателя «количество предприятий малого бизнеса (включая микропредприятия)», тыс. ед.

Для фактора x_2 – инвестиции в основной капитал предприятий малого бизнеса (включая микропредприятия), млрд. руб., выбрана логарифмическая модель, по которой получены прогнозные значения на два года вперед: $x_{2,1}=943,024538$ млрд. руб.; $x_{2,2}=993,5008945$ млрд. руб. (рис. 2).



Рисунок 2 – Прогноз показателя «инвестиции в основной капитал (ОК)», млрд. руб.

Для фактора x_4 – уровень безработицы, %, так же выбрана линейная модель, по которой получены прогнозные значения на два года вперед: $x_{4,1}=3,826$ %; $x_{4,2}=3,51$ % (рис. 3).

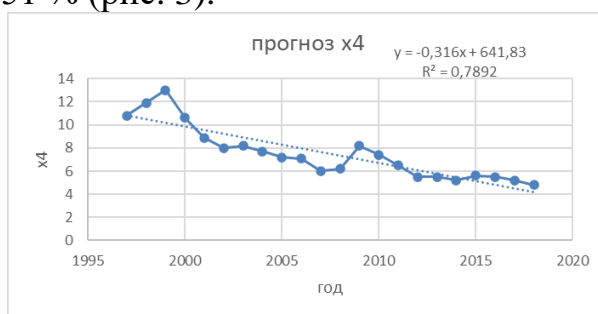


Рисунок 3 – Прогноз показателя «уровень безработицы», %

Для получения прогнозных оценок зависимой переменной по построенной модели $\hat{y} = 17365,9924 + 24,2649 * x_1 + 30,9611 * x_2 - 3136,0817 * x_4$ подставим в нее найденные прогнозные значения факторов x_1 , x_2 и x_4 .

Таким образом, точечный прогноз ВВП в России на ближайшие два года составит соответственно 99012,36 млрд. руб. и 103985,01 млрд. руб.

Предпринимательство играет жизненно важную роль в развитии экономики страны, поскольку это ключевой вклад в инновационность,





совершенствование продукции, сокращение безработицы и бедности, но самое главное вносят вклад в формирование ВВП Российской Федерации.

Проведенный регрессионный анализ позволяет сделать вывод о том, что основными факторами, среди выбранных для исследования, влияющими на объем ВВП, являются количество предприятий малого бизнеса (включая микропредприятия); инвестиции в основной капитал предприятий малого бизнеса, а также уровень безработицы.

По результатам анализа динамики ВВП РФ был составлен точечный прогноз на краткосрочную перспективу, который показывает некоторый спад ВВП на ближайший год и рост в следующем году. Проведенное исследование с помощью регрессионной эконометрической модели показывает, что предпринимательство оказывает положительное и существенное влияние на экономический рост.

Список использованных источников:

1. Айвазян С. А. Эконометрика - 2: продвинутый курс с приложениями в финансах: учебник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017.

2. Бондаренко П.С., Горелова Г.В., Жминько А.Е. и др. Эконометрика. Практикум: учебно-практическое пособие / под ред. И.А. Кацко. – Москва: КноРус, 2022. – 216 с. (Дата обращения: 13.12.2022).

3. Яковлев В.Б., Эконометрика в Excel и Statistica: учебное пособие. – Москва: КноРус, 2022. – 380 с. (Дата обращения: 26.04.2023)

4. Никаноркина Н.В. Особенности математической подготовки студентов-экономистов в условиях цифровой трансформации // Интеграция педагогической науки и практики в контексте вызовов XXI века. Сборник научных статей международной научно-практической конференции. Калуга, 2022. – С.155-159.

5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: [Электронный ресурс] – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (Дата обращения: 26.04.2023)

6. РОССИЙСКИЙ СТАТИСТИЧЕСКИЙ ЕЖЕГОДНИК 2020 - Статистический сборник М., Росстат, 2020, 700 страниц [Электронный ресурс] – URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2021/0889/biblio03.php> (Дата обращения 26.04.2023)

7. Таблица уровня инфляции по месяцам в годовом исчислении [Электронный ресурс] – URL: <https://уровень-инфляции.рф/таблицы-инфляции> (Дата обращения 26.04.2023)

© Кузина Н.С., 2023





УДК 368.9

ИНВЕСТИЦИОННОЕ И НАКОПИТЕЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Кузина Н.С.

Научный руководитель Суслякова О.Н.

*Калужский филиал федерального государственного образовательного
бюджетного учреждения высшего образования*

«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Калуга

Страхование, будучи неосязаемым, обеспечивает другое неосязаемое: душевное спокойствие. Страховка существует, чтобы защитить вас. Очень простой ответ на вопрос «зачем мне нужна страховка?» может быть: «потому что риск существует». Несчастные случаи и катастрофы могут происходить и случаются зачастую вне зависимости от воли и желания человека, приводя к огромным финансовым трудностям и потерям. Страхование – это один из способов защитить вашу жизнь, ваше здоровье, вашу способность получать доход и сохранить крышу над головой, когда что-то пойдет не так.

Существует много разных видов страхования, и маловероятно, что вам понадобятся они все. Но если у вас есть близкие или имущество, заслуживающие защиты, вам, вероятно, потребуется, по крайней мере, несколько различных видов страхования.

Иногда вы сталкиваетесь с частным бизнесом, требующим от вас приобрести страховку, например, многие ипотечные банки требуют, чтобы владельцы ипотечных кредитов оформляли страхование жизни. Многие люди предпочитают приобретать страховку по мере того, как меняется их жизнь: появляются дети, приобретается имущество, и оформление страховки на детей, на дом, автотранспорт является отличным примером этого.

Страховой рынок в 2022 году в России значительно изменился. В связи с последними изменениями геополитической ситуации, введением санкций против России, ростом инфляции и ключевой ставки Банка России, очевидно, что внутренний страховой рынок также ощутил значительное давление. Именно поэтому квартальная динамика была разнонаправленной и следовала за изменениями экономической активности. Премии сократились в видах страхования, связанных с кредитованием и инвестиционным страхованием жизни (ИСЖ). Поддержку рынку в основном оказали сегменты автострахования и накопительное страхование жизни (НСЖ). Но если брать в целом, рынок страхования жизни показывал опережающие темпы роста по сравнению с остальными





видами страхования. Так, с 2015 по 2022 гг. он увеличился в 5 раз: с 129,7 млрд. рублей до 511,3 млрд. рублей собранных страховых премий (рис. 1).



Рисунок 1 – Динамика страховых премий страхования жизни за 2015-2022 гг. по данным ЦБ РФ [2]

Страхование жизни является самой популярной добровольной формой страхования в России, на долю которой приходится более 25% от общего объема страховых взносов (рис. 2).



Рисунок 2 – Структура страхового рынка России с долей премии за 2021-2022 гг. по данным ЦБ РФ [3]

Многие люди все еще ассоциируют страхование жизни со смертью, но правда в том, что страхование важно для достижения цели обеспечения финансовой защиты застрахованных и их семей. Это страхование помогает в перестройке семейной жизни при наступлении несчастного случая, позволяя избегать финансовых неудач. Это сводит к минимуму беспокойство в трудные времена.

Вот несколько основных причин, по которым люди предпочитают покупать страхование жизни.

Покупка нового дома. Если вы умрете до того, как ваша ипотека будет погашена, ответственность за завершение платежей ляжет на кого-то, кого вы любите. Страхование жизни позволяет вам проявлять инициативу в обеспечении того, чтобы те, о ком вы заботитесь, могли выполнить эти финансовые обязательства после вашего ухода.

Рождение ребенка. Расходы на воспитание ребенка дороги, даже без учета таких соображений, как частное образование и взносы в университет. Существуют полисы, которые действуют до тех пор, пока ваш ребенок не достигнет зрелости, а после того, как ему исполнится 18, вам решать, что означает «зрелость».





Планирование похорон. Согласно статистическим данным о похоронах пожилых людей в России, средняя стоимость похорон составляет порядка 60 тыс. руб. Предварительно накопить необходимую сумму, и тем самым избавить своих родных от финансовых трудностей, можно с помощью программ ритуального страхования, которые зависят от пола, возраста и желания страхователя.

Планирование жизни на пенсии. Программы пенсионного страхования позволяют обеспечить человека дополнительным доходом при достижении им пенсионного возраста. Кроме того, программы накопительного страхования жизни (НСЖ) и инвестиционного страхования жизни (ИСЖ) также могут быть использованы с целью формирования добровольной пенсии.

Как уже было отмечено выше, меры по усилению регуляторных ограничений со стороны Центрального Банка способствовали смещению фокуса страховщиков в сторону НСЖ, доля которого в 2022 году выросла. Популярность НСЖ объяснялась активной работой страховых компаний над структурой и продвижением этого продукта, в том числе как замены ИСЖ. Так, в 2022 г. программы НСЖ в большей степени были ориентированы на единовременные взносы, а также заранее известную фиксированную доходность [3]. При этом страховщики предлагали своим клиентам полисы с более коротких относительно классических программ страхования жизни сроками (от 3 месяцев до 2 лет). Дополнительным фактором повышения спроса на продукты НСЖ во втором полугодии 2022 г. стало снижение привлекательности банковских депозитов и вкладов, размещенные в марте под высокие ставки, вызванные санкциями.

Также нельзя не сказать и о том, что в ИСЖ идет переориентация на российский финансовый рынок. Так ПАО Сбербанк создал новый продукт, аналог долевого страхования жизни – «Управляемый капитал» [5]. Этот продукт полностью построен на российской финансовой системе. Этот первый вызов подтолкнул нас к тому, что страховщики начали размышлять о том перечне возможностей инвестирования для страховщиков жизни, о том, что он недостаточен и не позволяет в полной мере реализовать тот потенциал, что есть у страхования жизни в нашей стране, поэтому все больше страховщиков задумывается, как расширить этот потенциал. Ожидается, что в 2023 году на страховом рынке появятся программы долевого страхования жизни, которые станут еще одним инструментом для инвестирования и дальнейшего развития финансового рынка.

Таким образом, решение о покупке полиса страхования жизни является личным и зависит от ваших обстоятельств, финансового положения и планов на будущее. Обдумывание потенциальных





финансовых проблем, которые могут возникнуть у каждого из нас в случае болезни, потери работы или у ваших родных после вашей смерти, может помочь ответить на важные вопросы: когда и на какую сумму следует приобрести страховку жизни, чтобы чувствовать себя в безопасности и не переживать о будущем.

Список использованных источников:

1. Всероссийский союз страховщиков [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ins-union.ru> (дата обращения: 21.03.23)

2. Центральный Банк Российской Федерации [Электронный ресурс] / Центральный Банк Российской Федерации. – Режим доступа: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 02.04.23)

3. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков. Информационно-аналитический материал [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/43835/review_insure_22Q4.pdf

4. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://cbr.ru/analytics/insurance/overview_insurers/

5. Управляемый капитал – Сбербанк [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.sberbank.ru/ru/person/investments/managed_capital

© Кузина Н.С., 2023

УДК 334.752

ФАКТОРЫ УСПЕХА ФРАНЧАЙЗИНГА

Кузнецов В.Д., Иващенко Н.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

В настоящее время всемирная передача технологий на практике возможна в множестве форм и по различным каналам. Один из способов передачи научного и технического опыта на сегодня это международная торговля лицензиями. Одна из таких форм – франчайзинг. Владелец компании или же франчайзер разрешает второй стороне или же франчайзи открыть бизнес по отработанному плану. Для этого обе стороны заключают договор франчайзинга. Основные условия франшизы – владелец бренда разрешает законно пользоваться своим товарным знаком, франчайзи получает готовую схему ведения бизнеса, франчайзер консультирует и оказывает техническую поддержку открывшемуся бизнесу.





Франчайзинг стал международным в множестве отраслей. Большое количество компаний создают франчайзинговые компании в разных точках мира. Рынок интернационального франчайзинга значительно вырос за последние пару лет. Страны по всему миру участвуют в развитии своей промышленности. Такие крупные отрасли как электроника, автомобильная индустрия, а также пищевая промышленность, показали большой рост благодаря франчайзингу. Международный франчайзинг позволяет фирмам пробраться в другие страны путем внедрения товара через франчайзинговые компании. Некоторые компании, несмотря на нынешние непростые условия, не отказываются от планов по расширению и развитию своих компаний. Однако всем приходится выбирать между двумя вариантами развития – открытие собственной компании или продаж франшизы на распространение бизнеса франчайзи.

В нашей стране сильный интерес к франчайзингу появился в конце 20 века, и вплоть до наступления глобального финансового кризиса франчайзинговый бизнес в России переживал стабильный рост. Как и прежде, в наше время множество компаний выбирают франчайзинг в качестве основной модели ведения своего бизнеса. Это стало весьма выгодным, ведь франчайзинг дает возможность минимизировать как риски, так и издержки присущие бизнесу. Открывать национальный франчайзинг может стать очень трудным, так как это требует более широкого изучения международного рынка. Компания должна быть уверенной, что сырье, клиенты компании и остальные важные составляющие бизнеса есть в стране, где будет открываться бизнес-франшиза. Также требуется оценить рентабельность франшизы, чтобы понять сумму возможного полученного дохода.

Франчайзинг – это некий способ ведения бизнеса, при котором производитель значительно снижает свои затраты на развитие своей торговой марки. Однако франшиза имеет как преимущества, так и недостатки. Организовать франчайзинговую сеть намного финансово выгоднее, чем открывать филиалы компании или новые точки ведения бизнеса. Если посмотреть под другим углом, финансовая отдача от франчайзи несколько меньше, чем от собственных филиалов.

В совершенстве клиент не должен отличать, кто является фактическим владельцем предприятия: пользователь или правообладатель. Поэтому владелец должен планомерно проверять качество работы своего франчайзи. Это включает то, как он представляет товар, обслуживает посетителей, не меняет ли впечатление о бренде в целом. Так как плохая репутация одного звена франчайзинговой цепи может сильно поменять репутацию бренда в целом, это может привести в последствии к снижению спроса. С данной проблемой разные крупные компании справляются





различными методами. Один из таких методов – тайный покупатель. Работа кафе или ресторана оценивается по 4 основным характеристикам: качество блюд; уровень сервис; чистота помещений; техническое состояние. По окончании проверки проверяющий заполняет бланк, который состоит только из ответов, да или нет. На основании этих данных франшизе начисляются очки из 100 возможных. Если требуемое количество очков набрать не удалось, то владелец в праве оштрафовать франчайзи на сумму от 1000 долларов.

Еще одной проблемой может стать сложность контроля над работой по финансовым отчетам франчайзи. В этом пункте сложности могут возникнуть из-за особенностей законодательства как страны поставщика, так и страны франчайзи – они просто не смогут привести к общему показателю уровень получаемых доходов франчайзи и соответственно прибыль компании, предоставляющей лицензию.

Одним из главных направлений и по совместительству главной особенностью франчайзинга является обучение нового персонала. Нередко на старте нового предприятия франшизы приезжает команда открытия – сотрудники, которые занимаются обучением рядовых работников, менеджеров и директора франчайзи. Владелец единолично определяет размер заработной платы за обучение, которая может достигать 5000 долларов. Так же стоит обратить внимание на то, что не все предприниматели понимают, что обучают покупателей франшизы, которые в последствии могут стать их прямыми конкурентами.

Предприятия, которые покупают франшизу, должны каждый месяц выплачивать владельцу франшизы роялти. Их репутация полностью зависит от имиджа франчайзера. Если владелец решит продать свой бизнес или станет банкротом, то дело франчайзи может сильно пострадать. Несмотря на это последние исследования показали, что из всех компаний, которые работают по франчайзингу в течение пяти лет исчезают только 13%, в то время как самостоятельных фирм исчезает порядка 70%. Из этого следует что, приобретая франшизу бизнесмен испытывает меньше рисков и занимающиеся франчайзингом весьма устойчивее своих коллег в международных масштабах. Сейчас бизнесмены стараются вкладывать свои средства в уже готовый бизнес, связанный с обслуживанием и общественным питанием.

Можно вывести 4 основных принципа успеха франчайзинга.

1. Поддержка сотрудничества на всех этапах франшизы. Основные силы франчайзера должны быть сконцентрированы на удержании существующих франчайзи, а не на привлечении новых, так как продать франшизу не так сложно, как поддерживать лояльность к бренду и управляющей компании на длительном сроке существования. Для этого





требуется сделать акцент на сопровождении той ценности, которую франшиза дает франчайзи на всем пути сотрудничества с франчайзером. Франчайзинговое предложение должно быть ценным для франчайзи, как на этапе старта франшизы, так и на уровне работающих точек. Также очень важно сразу завоевать лояльность франчайзи на данном этапе, чтобы потом было что удерживать. Обучение должно быть максимально емким и комфортным. Чем больше вопросов задает франчайзи, тем лучше. Куда проще сейчас проговорить все нюансы, чем в дальнейшем убирать возможные проблемы.

2. Непрерывное развитие и обучение. Управляющая компания всегда впереди и тянет за собой всех франчайзи. Компания генерирует гипотезы тестирует их и первой получает коммерческий опыт на базе собственной розницы, чтобы транслировать проверенный опыт своим партнерам. Развитие включает в себя множество разных аспектов: развитие продукта, ассортимент, уникальные позиции, товары под собственными торговыми марками, новые материалы, технологии и методики. Также под развитием понимается совершенствование сервиса и технологических процессов, обслуживающую инфраструктуру.

3. Успешная коммуникация и обмен опытом. Управляющая компания должна развивать сообщество франчайзи, проводить семинары, совещания, слеты и семинары. Часто франшиза бывает неэффективной из-за того, что управляющая компания не умеет и не может правильно выстроить отношения со своими франчайзи. В последствии партнерство разрушается, потому что происходят частые недопонимания из-за плохой коммуникации.

4. Контроль и правила. Каждая франшиза предполагает соблюдение неких стандартов, которые описают товар и способы его продажи, нюансы бизнес-процессов. Этим могут стать стандарты визуального оформления, интерьер, меню, стандарты сервиса и обслуживания, полиграфия, финансовые показатели работы, деловая переписка, скрипты. Свод правил работает только тогда, когда все осознают, что его соблюдение контролируется и за невыполнение будут санкции в виде штрафов, расторжения договора коммерческой концессии и других.

Франчайзинговый бизнес – это очень тяжелый труд. От франчайзи требуется выдержка, желание и упорство, самое главное – работать в соответствии с высокими требованиями и стандартами франчайзера. Только так есть шанс построить стабильный и успешный бизнес. Благополучное продвижение бренда может принести его владельцу очень ощутимый доход. К сожалению, процесс создания и вывода товарного знака на рынок может стать весьма рискованным и затратным. Если вы не готовы рисковать и финансово потратиться, то лучше вложить имеющиеся





средства на покупку франшизы. В настоящее время ситуация на рынке такова, что весьма сложно найти свою нишу для развития бизнеса. Несмотря на спад выручки по всем отраслям арендодатели не очень-то понижают ставки арендной платы. Следовательно, в ближайшее полгода, может даже и год, открытие новых точек весьма маловероятно. Так же очень значимо, что владельцы бренда заинтересованы в сохранении лояльности клиентов иногда даже в ущерб собственному доходу, поэтому множество компаний проводят маркетинговые акции с возможностью получения крупной скидки на тот или иной товар. Но зачастую франчайзи очень экономически неудобна такая политика, так как им важно не терять рентабельность заведения. На этой почве могут начинаться конфликты между пользователем и правообладателем. В итоге теперь многие бренды будут вынуждены взять перерыв, чтобы дождаться стабилизации ситуации на рынке или же выработать новую политику работы с франчайзи выгодную для обеих сторон.

Список использованных источников:

1. Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) [Электронный источник] / URL: <http://www.consultant.ru/popular/cons/> (дата обращения 20.11.2016)

2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016) [Электронный источник] / URL: <http://www.consultant.ru/popular/gkrfl/> (дата обращения 21.11.2016)

3. Багдасарян, А.Ф. Принцип обязательного предпродажного раскрытия и предоставления информации во франчайзинговых отношениях//Законодательство. -2019. -№6.

4. Васильева, О.С. Специфика реализации франчайзинга в крупных торговых сетях на отечественном потребительском рынке//Актуальные проблемы экономики и права. -2018. -№ 2. -С. 80-86.

5. Давыдова Е.Л. Франчайзинг/ -М.: РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2017.

6. Максимова А.Н., Иванов Н.Н. Стратегия франчайзинга в современных условиях функционирования организаций сферы услуг//Проблемы современной экономики. -2019. -№ 1(45). -С. 212-214.

7. Панюкова, В.В. Организация продаж франшиз: российский и зарубежный опыт//Управление продажами. -2019. -№3 (64). -С. 172.

8. Панюкова В.В. Оценка факторов, влияющих на развитие франчайзинга на современном этапе российского потребительского рынка//Управление каналами дистрибуции. -2018. -№2 (30). -С. 80.

© Кузнецов В.Д., Иващенко Н.С., 2023





УДК 338(571.62) (079)

**УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ
ХАБАРОВСКОГО КРАЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Кузнецов А.Н., Огурцова Н.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Хабаровский край – один из самых крупных регионов Дальнего Востока (788 тыс. кв. км), население которого составляет 1,4 млн. человек. Ведущими секторами экономики Хабаровского края являются промышленность (свыше 20%), транспорт и связь (около 20%), торговля и строительство. Основными отраслями специализации промышленности являются топливно-энергетический комплекс (25%), машиностроительный комплекс (около 20%), добыча полезных ископаемых (около 13%), металлургическое производство (около 12%), лесозаготовки и деревообработка (свыше 12%), производство пищевых продуктов (около 10%).

Как и большинство субъектов Российской Федерации, расположенных на территории Дальнего Востока и Байкальского региона, Хабаровский край внутренне неоднороден. Подавляющая часть социально-экономического и демографического потенциала приходится на Амурскую долину, за пределами которой разреженная сеть поселений и экономических центров вдоль побережья и очаги освоения во внутренних горных районах [2]. Выделяются такие зоны опережающего экономического роста различной специализации, как хабаровская и комсомольская агломерации, Ургальская топливно-энергетическая зона, расположенная в зоне Байкало-Амурской магистрали (в западной горной части Хабаровского края), и прибрежная портово-промышленная зона, расположенная на юго-востоке края.

Хабаровский край занимает ключевые позиции в единой транспортной сети Дальнего Востока. Здесь получили развитие все основные виды транспорта. Ведущую роль среди них играет железнодорожный транспорт (Транссиб, БАМ). Морской транспорт представлен крупнейшим в стране Ванинским и несколькими более мелкими торговыми портами. Внутренние водные пути обслуживает Амурское речное пароходство, суда которого работают и на морских линиях [1]. В последние годы большое внимание уделяется строительству автомобильных дорог. Создается магистраль федерального значения «Чита – Хабаровск – Находка» с уникальным железнодорожно-автомобильным





мостовым переходом через реку Амур у Хабаровска; строятся дороги Лидога – Ванино, Селихино – Николаевск-на-Амуре, Аян – Нелькан. Воздушный транспорт располагает одним из крупнейших в России Хабаровским международным аэропортом, действует развитая сеть местных авиалиний. В ближайшие годы должен получить дальнейшее развитие трубопроводный транспорт: сооружается мощный газопровод для транспортировки газа с острова Сахалин.

Важнейшую роль в развитии экономики края играют природные ресурсы. На территории края имеются залежи каменного и бурого угля. Промышленные запасы каменного угля превышают 1 млрд. тонн, прогнозные ресурсы коксующихся углей – 4 млрд. тонн. Бурый уголь расположен в Среднеамурском бассейне с прогнозными ресурсами 7 млрд. тонн. В крае выявлено Адниканское месторождение углеводородного сырья в пределах Верхнебуреинской впадины. Перспективны Аянская, Южно-Кухтуйская, Охотская впадины и Северо-Сахалинский прогиб Охотского шельфа.

Предварительная оценка ресурсов нефти и газа составляет 500 млн. тонн. Хабаровский край – один из крупнейших поставщиков оловянного сырья. Имеются семь крупных оловорудных районов. Добыча и обогащение оловянных руд ведется в Комсомольском рудном районе. Месторождения руды комплексные, содержат промышленные концентрации олова, меди, серебра, вольфрама, висмута, индия.

Поисково-оценочными работами определены перспективы разработки месторождений титаносодержащих комплексных руд.

Сырьем для алюминиевой промышленности могут стать алунитовые руды в Нижнем Приамурье. Кроме глинозема из них попутно могут производиться калийные удобрения, серная кислота, коагулянт. Запасы руд практически не ограничены.

В пределах Буреинского и Ингилийского массивов выявлен бериллий. В Аяно-Майском районе найдены крупные запасы циркония. В Удско-Шантарском рудном районе есть проявления фосфоритов, их суммарные ресурсы оцениваются в 90 млн. тонн пятиоксида фосфора [3].

В пределах Хабаровского края добывается золото, главным образом из россыпей. Прогнозные ресурсы коренного золота в 5-6 раз превышают сумму разведанных запасов. В комплексных золотосеребряных, полиметаллических и других рудах содержится серебро.

Кроме перечисленных видов минерального сырья в крае имеются цеолиты, каолиновое сырье, цементное сырье, базальты и др. Значительны запасы минерально-строительного сырья, а также камней самоцветов, агатов, яшмы, халцедонов, ряда других поделочных и облицовочных





разновидностей камней. В болотах и озерах значительны запасы торфа и сапропеля.

Разведаны и эксплуатируются месторождения термальных и питьевых минеральных вод.

Приоритетными направлениями развития минерально-сырьевой базы края являются поиск и разведка коренных месторождений благородных металлов, олова, меди, угля, редких и редкоземельных металлов, освоение перспективных нефтегазоносных площадей на материковой части в пределах континентального шельфа.

Так как Хабаровский край является одним из крупнейших производителей оловянных концентратов активно развивается промышленная добыча данного сырья. Кроме олова в крае добывается медь. В настоящее время находятся в эксплуатации месторождения оловянно-полиметаллических руд Комсомольского рудного района: Фестивальное, Перевальное (расположены в 60-80 км к западу от Комсомольска-на-Амуре), Правоурмийское (расположено в Верхнебуреинском районе) месторождения оловянных руд Баджалского рудного района (в 40-70 км от БАМа).

Подготовлены к эксплуатации следующие месторождения: Соболиное (расположено в 80 км к северо-западу от Комсомольска-на-Амуре), Ближнее (расположено в Верхнебуреинском районе). Большая часть месторождений расположены в относительно освоенных районах, что сокращает затраты на строительство объектов инфраструктуры.

Добыча золота и платины составляет основу горнорудной промышленности Хабаровского края. Золото в крае добывается уже более 130 лет, платина – начиная с 1990 года. Хабаровский край по объему добычи золота входит в пятерку среди золотодобывающих регионов России.

Основные перспективы развития горнодобывающей отрасли Хабаровского края связаны с освоением рудных месторождений.

При относительно больших темпах добычи золота общий объем проводимых геологоразведочных работ все же не превышает 30-35% требуемого объема. В крае сформирован мощный промышленный комплекс, представленный такими отраслями как металлургия, химическая промышленность, нефтепереработка и многими другими. Основу металлургического комплекса Хабаровского края составляет предприятие АО «Амурметалл». Предприятие применяет современные технологические процессы и оборудование, осуществляет программу модернизации производства и внедряет передовые системы управления качеством.

Эффективность использования экономического потенциала региона во многом обусловлена его внешнеэкономическими и межрегиональными





связями. Экономические связи Хабаровского края отражают направления и способы его интеграции в российское и мировое экономическое пространство. По ряду объективных причин предпосылки расширения и углубления межрегиональных связей края с регионами Дальнего Востока, Сибири и западными регионами России по сравнению с перспективами роста экономических контактов в Азиатско-Тихоокеанском регионе менее значительны, но они существуют, и их следует всемерно поддерживать. Имея более диверсифицированное производство, выгодное географическое положение, Хабаровский край по совокупной комплексной оценке уровня межрегиональных связей лидирует среди других дальневосточных территорий. Однако этот уровень нельзя считать достаточным. На внутренний рынок Российской Федерации и в страны СНГ в 2022 году поставлено около 28% от общего объема вывезенной из края продукции. В 2022 году край поддерживал отношения лишь с семью странами СНГ и 68 регионами России. Доля товарооборота между Хабаровским краем и странами СНГ не превышала 0,9% от его общего объема, подавляющая доля взаимоотношений носила незначительный или эпизодический характер. В 2022 году Хабаровским краем в регионы Российской Федерации поставлено продукции на 20,8 млрд. рублей, из которых 16,3 млрд. рублей было направлено в регионы Дальнего Востока и Сибири, или 78,4% от объемов по Российской Федерации. В свою очередь, край ввез основных видов продукции из регионов Российской Федерации на 66,2 млрд. рублей, в том числе из регионов Дальнего Востока и Сибири – на 55,3 млрд. рублей (83,5%). В край завозится 100% нефти и природного газа, около 60% сжиженного газа, более 70% угля, 100% цемента, минеральных удобрений, почти 100% зерна, сахара, растительного масла. Доля топливно-энергетических ресурсов в общем объеме ввоза основных видов продукции из регионов России составляет более 70%. Основными поставщиками энергоресурсов являются производители Сибирского и Дальневосточного регионов (Тюменская, Читинская, Сахалинская области, Республика Саха (Якутия)).

Положительные тенденции последних лет в экономике страны, рост инвестиционной активности, наметившееся повышение жизненного уровня населения дают возможность товаропроизводителям края к восстановлению существенной доли утраченных торговых и кооперационных связей с регионами Сибири и европейской части России. В настоящее время заключены торгово-экономические соглашения с 44 субъектами Российской Федерации. Однако транспортный фактор, даже с учетом более сбалансированного соотношения цен на промышленную продукцию и транспортных тарифов, будет являться постоянно





действующим ограничителем поставок продукции из края в западные регионы страны.

Список использованных источников:

1. Гранберг А., Ишев В. Программа экономического и социального развития Дальнего Востока и Забайкалья // Экономист, 2019. – № 9.

2. Прогноз социально-экономического развития Хабаровского края на долгосрочный период до 2035 года (с изменениями на 11 ноября 2019 года) от 23 декабря 2016 года № 1022-рп.

3. Червоткина, В. А. Проблемы экономики Хабаровского края и пути решения: перспективы до 2035 года / В. А. Червоткина. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 27.1 (317.1). – С. 89-90. – URL: <https://moluch.ru/archive/317/72460/> (дата обращения: 02.05.2023).

© Кузнецов А.Н., Огурцова Н.С., 2023

УДК 640.41

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

Кулик Ю.В.

Научный руководитель Ильина С.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

В условиях рыночной конкуренции большое значение уделяется обслуживанию посетителей предприятий общественного питания, так как от качества и уровня обслуживания зависит эффективная деятельность любого предприятия.

Проблема качества обслуживания постоянно волнует и посетителей, и персонал, что закономерно, так как растет материальное благосостояние людей, повышается их культурный уровень. В этих условиях вполне естественно желание посетителей приобрести необходимые им услуги в удобное для них время, в удобном месте, в нужном ассортименте. Задача современного общественного питания – не только доводить продукцию до конечного потребителя, но и активно воздействовать на формирование потребительского спроса, что невозможно без качественного обслуживания.

Исследования сферы сервиса в настоящее время подтверждают необходимость дальнейшего повышения качества услуг, изучения потребностей клиентов, создания спроса на услуги, формирования принципов организации и продажи услуг, повышения эффективности оказания услуг.





Большая роль на предприятиях сферы сервиса принадлежит процессу обслуживания клиентов. Этот процесс характерен для всех предприятий сферы услуг.

Понятие «обслуживание» близко к понятию «услуга». Однако, если последнее сосредоточивается на самой сущности отношений между потребителем и производителем, то обслуживание трактует эти отношения как поэтапный процесс, который имеет свою структуру, приобретающий растянутый по времени характер. Чем больше времени требует обслуживание, тем в большей степени оно осуществляется в режиме пульсации, т.е. происходит с определенной регулярностью контактов производителя с клиентом, например, осуществляется раз в неделю, каждый день по будням, два раза в месяц и т.д.

Единовременное обслуживание может длиться от нескольких минут (например, продажа какого-либо товара) до нескольких дней, месяцев (медицинское наблюдение больного в стационаре, туристское обслуживание др.).

Если обслуживание конкретным производителем одного и того же потребителя растянуто на более длительный срок – от нескольких месяцев до нескольких лет, оно, скорее всего, осуществляется периодически – контактирования между производителями и потребителями имеют место через равные промежутки времени. Такие временные промежутки могут быть различными и осуществляться в недельном, месячном или годовом режиме.

Качество обслуживания – это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

Качество обслуживания клиентов можно условно разделить на три составляющие [1]:

1. Качество работы персонала передней линии: дружелюбность, профессионализм, внешний вид, манера общения и др.

2. Качество организации работы офиса и качество бизнес-процессов:
внешние атрибуты: удобство расположения, наличие парковки, прилегающая территория, график работы и др.;

организация работы: наличие очередей, комфортность ожидания в очереди, микроклимат и др.;

обустройство и интерьер: качество мебели, отделки, разделение офиса на функциональные зоны (ожидания, обслуживания, круглосуточной работы), охрана и др.;

качество бизнес-процессов, связанных с обслуживанием клиентов.

3. Качество и стоимость продуктов и услуг.





Специалисты предлагают множество моделей для повышения качества обслуживания и степени удовлетворенности клиентуры товарами и услугами. Обычно здесь просматриваются два аспекта. Первый – необходимость точных спецификаций клиентов. Важно, чтобы предприятие знало и понимало особенности запросов клиентов, а также выгоды, которые они связывают с приобретаемыми товарами и услугами. Второй аспект – организация производства, сервиса и технического обслуживания в полном соответствии со спецификациями потребителей. Предприятию надо поддерживать постоянную связь с клиентами и распространять полученную информацию по всем своим подразделениям, а затем использовать приобретенные знания для производства товаров и услуг более высокого качества с учетом запросов клиентуры.

В целом, базу для разработки постоянно действующей политики ориентации на клиента составляют три концептуально разные цели. Во-первых, предприятие должно собирать информацию о клиентуре, чтобы понимать ее материальные потребности и систему ценностей и удовлетворять их в текущий момент и в будущем путем поставок соответствующих товаров и услуг. При этом следует охватывать и фактических, и потенциальных клиентов. Сбор информации – сложный процесс, опирающийся как на традиционные, так и нетрадиционные методы. Во-вторых, предприятие должно снабжать информацией о клиентуре весь свой персонал и все подразделения, которые прямо или косвенно участвуют в удовлетворении ее потребностей. Цель здесь заключается в подготовке организации к превращению потребностей клиента в руководство к эффективным действиям. Важно, чтобы информация не использовалась только как средство ознакомления отдельных подразделений с положением дел у клиента. Если, например, отдел маркетинга просто ставит в известность производственный сектор о том, какую продукцию нужно выпускать, то вся система ориентации на клиента обречена на неудачу. Напротив, подобная информация должна играть активную роль, служить базой для постановки таких задач, выполнение которых поможет предприятию улучшить хозяйственные показатели. В-третьих, предприятию на основе данной информации необходимо вносить изменения в свои производственные программы, чтобы иметь возможность предоставлять клиенту новые виды товаров и услуг. В первую очередь, предприятие должно повышать их качество, обеспечивая одновременно разработки новой продукции с использованием информации о запросах клиентуры. Именно подобная ориентация помогает многим компаниям добиваться успехов в деле тотального управления качеством.





Процесс обслуживания является своего рода результатом использования всех элементов комплекса маркетинга. Предприятия рассматривают и принимают различные методы для своего развития, выдержки конкуренции и привлечения покупателей. Покупатель является главным объектом, на который направлена вся деятельность торговых предприятий. Чем выше уровень качества обслуживания в организации, как одного фактора привлечения покупателей, тем выше уровень удовлетворенности спроса потребителя.

Таким образом, современное обслуживание должно быть таким, чтобы у клиента возникло желание вернуться, а лучше стать постоянным посетителем. Для достижения этой цели необходима командная работа настоящих профессионалов, способных превзойти ожидания клиента.

Список использованных источников:

1. Груздева В.В., Костылева Е.А. Повышение качества обслуживания клиентов как условие экономической эффективности предприятий сервиса / Московский экономический журнал - 2022. - №4 – с. 608-615.

© Кулик Ю.В., 2023

УДК 349.23/24

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ НА ТЕРРИТОРИИ НОВЫХ СУБЪЕКТОВ

Кулюкина А.А.

Оренбургский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)», Оренбург

В 2022 году произошло грандиозное событие – площадь России увеличилась более чем на 100 тысяч квадратных километров, субъектный состав составил 89 регионов, а население увеличилось почти на 6,2 млн. человек и составляет более 152 млн. человек, все эти события произошли за счет принятия в состав Российской Федерации новых субъектов. На территории данных субъектов действовало свое законодательство, в том числе и законодательство о труде.

Однако статья 13 ТК РФ гласит, что Федеральные законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации, содержащие нормы трудового права, действуют на всей территории Российской Федерации, если в этих законах и иных нормативных правовых актах не предусмотрено иное [1].

До 1 января 2026 трудовое законодательство РФ будет применяться на указанных территориях с учетом особенностей, установленных





Правительством РФ. Данные особенности нашли свое отражение в Постановлении Правительства РФ №2571 «Об особенностях применения трудового законодательства Российской Федерации, иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права, на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области» (далее – Постановление № 2571), к таковым особенностям можно отнести следующие:

1. Круг лиц, подлежащих регулированию, включая эвакуированных работников. Данное Постановление распространяется на трудовые отношения и иные непосредственно связанные с ними отношения работников и работодателей, которые осуществляют свою деятельность на территориях новых регионов по состоянию на 30.09.2022, а также зарегистрированных после указанной даты в соответствии с законодательством РФ на этих территориях.

2. Документы, предоставляемые при заключении трудового договора. Во-первых, как известно, одним из документов, предоставляемых при приеме на работу, является трудовая книжка. Трудовые книжки работников, оформленные в соответствии с законами ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областей продолжают действовать и ведутся в порядке, установленном Российской Федерации.

Однако работник может обратиться к работодателю для оформления новой книжки, в таком случае ведение старой трудовой книжки работника прекращается. В ней делается запись о том, что работнику оформлена новая трудовая книжка, либо о том, что он подал заявление о предоставлении работодателем сведений в электронном виде, в новой же трудовой книжке указываются реквизиты старой трудовой книжки, содержащей данные о трудовом стаже работника (серия, номер, дата заполнения). Однако перенос записей из старой трудовой книжки в новую трудовую книжку не осуществляется [2].

Во-вторых, если у работника отсутствует документ, подтверждающий регистрацию в системе индивидуального (персонифицированного) учета, в том числе в форме электронного документа, то данная ситуация не может являться основанием для отказа в заключении трудового договора. При этом работник может самостоятельно обратиться в отделение СФР для регистрации, или это сделает работодатель в соответствии с п. 2 ст. 9 Федерального закона «Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системах обязательного пенсионного страхования и обязательного социального страхования» [3].

В-третьих, в случае утраты работником документа об образовании или о квалификации, а также документа, подтверждающие трудовой стаж в связи с ведением военных действий, сведения, содержащиеся в указанных





документах, согласно п. 18 постановления Правительства № 2571, могут быть подтверждены документом, выданным межведомственной комиссией по реализации трудовых, пенсионных и социальных прав граждан, действующей в соответствии с законодательством Российской Федерации.

3. Создание межведомственной комиссии по реализации трудовых, пенсионных и социальных прав граждан. Данная комиссия была учреждена постановлением Правительства от 12 января 2023 года [4]. Целью создания межведомственной комиссии является реализация права на социальное обеспечение, а также гарантии в сфере трудовых отношений, в области занятости населения и защиты от безработицы.

В частности, комиссия рассматривает документы для подтверждения (установления): периодов работы (иной деятельности), включаемых в страховой (трудовой) стаж, и размера заработка для реализации прав граждан на пенсионное обеспечение и дополнительное соцобеспечение; периодов работы (иной деятельности) по конкретным профессиям и должностям, квалификации, размера заработка, в т.ч. среднего заработка по последнему месту работы (службы), для реализации трудовых прав и права граждан на защиту от безработицы; периодов работы (деятельности), имевших место на территориях новых регионов или Украины до 1 января 2023 г., для расчета пособий по временной нетрудоспособности, по беременности и родам; статуса гражданина, дающего право на меры соц. поддержки; сведений об обстоятельствах, событиях, фактах и периодах, подтверждающих статус гражданина, для предоставления мер соцзащиты (поддержки).

Установлен примерный перечень таких документов. Комиссия рассматривает их в течение 30 календарных дней. Этот срок может быть увеличен вдвое для получения дополнительной информации.

В компетенцию данной Комиссии входит принятие решения о подтверждении наличия либо отсутствия у данного лица стажа работы по определенной должности (профессии, специальности), квалификации [5].

4. Заключение трудового договора с работниками, квалификация которых не подтверждена. Согласно п. 19 постановления Правительства № 2571 работодатель вправе заключить трудовой договор при приеме на работу с работниками: не имеющими специальной подготовки или стажа работы, установленного требованиями к квалификации в соответствии с квалификационными справочниками или профессиональными стандартами, но обладающих достаточным практическим опытом работы, стаж которой подтвержден решением комиссии, а также утратившими документы об образовании, о квалификации и (или) трудовом стаже, в том числе получивших решение комиссии.





В случае несоответствия наименования должности в документах, подтверждающих трудовой стаж, наименованиям должности, которые установлены нормативными правовыми актами Российской Федерации, работодатель вправе самостоятельно устанавливает это соответствие исходя из объема выполняемых трудовых функций в соответствии с квалификационными требованиями, установленными в квалификационных справочниках или профессиональных стандартах.

В случае если работник, принятый на работу по истечении срока о необходимости подтверждения квалификации, указанного в трудовом договоре, не подтвердил квалификацию, не прошел обучение либо не восстановил утраченные документы, работодатель вправе провести аттестацию и на основании заключения аттестационной комиссии расторгнуть трудовой договор в соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 81 Трудового кодекса Российской Федерации или перевести работника с его согласия на другую работу.

5. Регулирование трудовых отношений с эвакуированными работниками. Особому регулированию подвергаются эвакуированные после 30 сентября 2022 года работники, с ними трудовой договор приостанавливается до окончания эвакуации, либо за ними может быть сохранено рабочее место.

При приостановлении трудового договора работодатель может заключить срочный трудовой договор с другим работником. Примечательно, что работодатель в определенный момент вправе проинформировать работников (каждого индивидуально или массово через СМИ) о возобновлении своей работы или о необходимости приступить к работе. Конкретный порядок такого оповещения должен быть установлен в каждом из новых регионов местными нормативными актами.

Работнику дается шесть месяцев после такого оповещения для того, чтобы приступить к работе. Если он этого не сделает, то работодатель по истечении указанного срока вправе будет уволить работника на основании п. 7 ч. 1 ст. 83 ТК РФ.

Таким образом, трудовое законодательство на новых территориях применяется с учетом некоторых особенностей, направленных на поддержание работников, как мало защищенную категорию граждан.

Список использованных источников:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации от 7 января 2002 г. № 1 (часть I) ст. 3

2. Постановление Правительства РФ от 31 декабря 2022 г. № 2571 «Об особенностях применения трудового законодательства Российской Федерации, иных нормативных правовых актов, содержащих нормы





трудового права, на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области» // Собрание законодательства Российской Федерации, 9 января 2023 г. № 2 ст. 524.

3. Федеральный закон от 01 апреля 1996 № 27-ФЗ «Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системах обязательного пенсионного страхования и обязательного социального страхования» // Собрание законодательства Российской Федерации от 1 апреля 1996 г. № 14 ст. 1401.

4. Постановление Правительства РФ от 12 января 2023 г. № 11 «Об утверждении Положения о межведомственной комиссии по реализации трудовых, пенсионных и социальных прав отдельных категорий лиц, а также примерного перечня документов (сведений), представляемых для рассмотрения в межведомственную комиссию по реализации трудовых, пенсионных и социальных прав отдельных категорий лиц» // Собрание законодательства Российской Федерации, 16 января 2023 г. № 3 ст. 570.

5. Постановление Правительства Российской Федерации от 12 января 2023 г. № 11 «Об утверждении Положения о межведомственной комиссии по реализации трудовых, пенсионных и социальных прав отдельных категорий лиц, а также примерного перечня документов (сведений), представляемых для рассмотрения в межведомственную комиссию по реализации трудовых, пенсионных и социальных прав отдельных категорий лиц» // Собрание законодательства Российской Федерации, 16 января 2023 г. № 3 ст. 570.

6. Постановление Правительства Российской Федерации от 12 января 2023 г. № 11 «Об утверждении Положения о межведомственной комиссии по реализации трудовых, пенсионных и социальных прав отдельных категорий лиц, а также примерного перечня документов (сведений), представляемых для рассмотрения в межведомственную комиссию по реализации трудовых, пенсионных и социальных прав отдельных категорий лиц» // Собрание законодательства Российской Федерации, 16 января 2023 г. № 3 ст. 570.

© Кулюкина А.А., 2023





УДК 38

ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕНЕЖНОГО ОБОРОТА В РОССИИ

Курмакаева А.Б., Голубева А.Н., Жеребцова А.С.,
Сапелкина В.С., Ханкишиева С.Ф.

Научный руководитель Андросова И.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Денежное обращение в России представляет собой сложный и динамичный процесс, связанный с движением денег внутри экономики, включая валюту, банковские депозиты и другие финансовые активы. Российский денежный оборот значительно трансформировался после распада Советского Союза, перейдя от централизованно планируемой экономики к рыночной системе. Сегодня Центральный банк Российской Федерации (Банк России) отвечает за регулирование денежно-кредитной политики страны, осуществляет управление денежной массой и оказывает меры по поддержанию и совершенствованию национальной финансовой системы.

На обращение денег в России влияют различные факторы, в том числе экономические условия, государственная политика и мировые финансовые тенденции. Рекордный объем наличных денег в обращении Банк России зафиксировал по итогам февраля 2022 г. после начала специальной военной операции на Украине. В октябре 2022 г. на фоне введения частичной мобилизации объем наличных в обращении достиг максимума с марта 2022 г. Первая причина, почему население склонно увеличивать запас наличных денежных средств – подстраховаться в условиях нестабильной экономической ситуации. Вторая причина данной тенденции обусловлена отъездом россиян из страны, где в настоящее время нет возможности использовать безналичный расчет российской платежной системы.

Структура денежного оборота включает в себя наличные и безналичные средства. В настоящее время наблюдается преобладание безналичных денег, что является следствием развития и внедрения информационных технологий, в частности в финансовом секторе. Хотя наличные деньги по-прежнему используются в денежном обращении, наблюдается общая тенденция их замены безналичными: население чаще использует безналичные способы оплаты товаров, юридические лица упрощают внутренние бизнес-процессы предприятия, используя платежные поручения, аккредитивы и иные формы безналичных расчетов.





Тем не менее, анализ потребности в наличных деньгах имеет решающее значение для оценки денежного рынка, формирования денежной базы и оценки влияния мультипликаторов на экономику для определения изменений в благосостоянии потребителей. Политики внимательно следят за ростом денежной массы, и изменения в денежной массе могут иметь серьезные последствия для инфляции, процентных ставок и экономической активности в целом. В последние годы Россия столкнулась с многочисленными проблемами в управлении своим денежным обращением, включая влияние международных санкций и колебания мировых цен на сырьевые товары.

Денежные агрегаты представляют собой иерархическую систему - каждый последующий агрегат включает в свой состав предыдущий. Банк России разработал следующую классификацию денежных агрегатов [1]:

Агрегат M_0 включает в себя наличные деньги, эмитированные на территории страны. Монеты и банкноты в обороте у населения и в кассах организаций, за исключением банков, входят в эту категорию. Данный агрегат наиболее ликвидная часть денежной массы.

Агрегат M_1 представляет собой сумму M_0 , безналичных денег во вкладах до востребования и на расчетных счетах организаций и предпринимателей. Эти деньги часто называют «быстрыми». Действительно, вклады до востребования могут быть закрыты в любой момент по желанию владельца, а сумма денег по нему будет перечислена на ее счет.

Агрегат M_2 – более широкий показатель, а значит, включает в себя менее ликвидные формы денег. Он складывается из агрегата M_1 и срочных вкладов физических и юридических лиц в национальной валюте. Срочные депозиты гарантируют вкладчику более высокий процент, однако, не предусматривают возможность снятия денежных средств. Данный агрегат считается основным показателем денежной массы, а его рост свидетельствует о развитии национальной финансовой системы.

Если к показателю M_2 добавляется стоимость ценных бумаг, находящихся у частных лиц и организаций (кроме банков), эмитированных в национальной валюте, то получается промежуточный показатель M_2^* . Он позволяет оценить денежные средства, вовлеченные в том числе в операции на фондовом рынке.

Агрегат M_3 – другое название – «широкая денежная масса» включает в себя менее ликвидные денежные активы, такие как банковские вклады в иных валютах, вложения в драгоценных металлах, стоимость ценных бумаг за исключением акций. Вместе с тем, в M_3 входят уже перечисленные агрегаты M_2 (или M_2^*).





Таким образом, группировка денежных агрегатов позволяет оценить структуру наиболее и наименее ликвидных форм денежной массы и дает возможность дифференцированно подойти к анализу состояния денежного обращения. Изменение структуры денежной массы и изучение динамики отдельных ее элементов может позволить оценить состояние финансовой системы и сформулировать основные направления развития денежных отношений в Российской Федерации в будущих периодах.

В рамках исследования на основании ежемесячных данных [5] о состоянии денежной массы за 2 года (2020-2022 гг.) были рассчитаны: базисные и цепные темпы роста и прироста денежных агрегатов за каждый месяц и за весь период, сумма обязательных резервов, остатки средств в кассах кредитных организаций, ежемесячные значения денежного мультипликатора, структура наличных денег и обязательных резервов в денежной базе и ее изменение в течение двух лет, а также оценены значения важнейших денежных агрегатов (M0 и M2) за месяц и их динамика.

За 2 года показатель M0 вырос на 23,31% по сравнению с базисным периодом. Так, увеличение денежного агрегата M0 свидетельствует об увеличении объема наличных денег, выпущенных в обращение Банком России. Наибольший рост наличных денег (M0) в обращении пришелся на октябрь 2022 года. Средний темп роста M0 составил 102%, что говорит о ежемесячном росте суммы наличных денег на 2 процента. За весь период показатель M1 увеличился на 38% по сравнению с базисным периодом. В мае 2022 года значительно уменьшилось количество переводных депозитов (M1), это свидетельствует о сокращении количества размещаемых денег населения и бизнеса в коммерческих банках. Средний темп роста агрегата M1 составил 103% за 2 года. Агрегат M2 (денежная масса в национальном определении) увеличился на 41% по сравнению с 2021 годом, это говорит об общем увеличении открытых депозитов населения, предприятий и организаций на счетах в коммерческих банках. Наибольший прирост других депозитов (M2) в январе 2023 года составил более 7%. В апреле 2022 года доля наличных денег в обращении увеличилась на 2,37% впервые за весь рассматриваемый период вследствие мер финансовых регуляторов. Данный факт являлся ответом клиентов российских банков на принятые ограничения для российского финансового сектора. Исходя из динамики денежного мультипликатора можно сделать вывод что предложение денег выросло за счет увеличения денежной базы. Динамика показателей M0 в M2 говорит о значительном росте безналичных денег в структуре M2, и рост наличных денег в абсолютном выражении в меньшей степени влияет на изменение денег в





стране. Позволят ли введенные ограничения изменить текущее распределение наличных и безналичных денег в денежной массе?

Если посмотреть на цепной темп прироста M_0 , то мы видим два скачка в марте и октябре 2022. Скачок в марте 2022 обусловлен ужесточения санкций против России и удалением из системы обмена сообщениями SWIFT некоторых российских банков, а в октябре объявлением частичной мобилизации. Снижение показателя M_1 в мае скорее всего связана со снижением ключевой ставки ЦБ. Одним из источников денежной массы является фискальный канал, связанный с финансированием бюджетного дефицита [4]. Это финансирование может осуществляться за счет средств, накопленных на счетах государственных органов в центральном банке. Если налоговых поступлений недостаточно для осуществления бюджетных расходов, государственные органы дают указание Банку России перевести средства, которые они ранее накопили на бюджетных счетах в центральном банке, бюджетополучателям. Банк России уменьшает остатки на бюджетных счетах и увеличивает остаток на корреспондентском счете банка, в котором открыт счет бюджетополучателя. Банк, в свою очередь, получив средства от Банка России, увеличивает остаток на счете бюджетополучателя. Как раз таки в январе, когда был наибольший прирост M_2 , дефицит федерального бюджета составил рекордные для этого месяца 1,76 трлн. руб., следует из данных Минфина [3].

Таким образом, состояние денежной массы носит динамичный характер от месяца к месяцу и остро подвержено влиянию внешних факторов. На состояние важнейших денежных агрегаторов влияют отдельные политические, социальные факторы, так и системные процессы, которые происходят из года в год и носят сезонный характер (график сбора налогов, финансирование госбюджета) [5].

Список использованных источников:

1. Денежные агрегаты – Текст : электронный // Банк России : [сайт]. – URL: https://www.cbr.ru/statistics/macro_itm/dkfs/monetary_agg/ (дата обращения: 26.04.2023).

2. Денежно-кредитная и финансовая статистика. – Текст : электронный // Банк России : [сайт]. – URL: http://www.cbr.ru/hd_base/mb_nd/mb_nd_month/?UniDbQuery.Posted=True&&UniDbQuery.From=02.2022 (дата обращения: 26.04.2023).

3. Денежная масса и источники ее формирования. – Текст : электронный // Консультант плюс : [сайт]. – URL: https://minfin.gov.ru/ru/press-center/?id_4=38368-predvaritelnaya_otsenka_ispolneniya_federalnogo_byudzheta_za_yanvar_2023_goda (дата обращения: 26.04.2023).





4. Предварительная оценка исполнения федерального бюджета за январь 2023 года. – Текст : электронный // Минфин России : [сайт]. – URL: http://www.cbr.ru/hd_base/mb_nd/mb_nd_month/?UniDbQuery.Posted=True&&UniDbQuery.From=02.2022 (дата обращения: 26.04.2023).

5. Фролова, А. А. Индекс Мосбиржи как индикатор экономической конъюнктуры России / А. А. Фролова, И. В. Андросова // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2022) : Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 12–16 декабря 2022 года. Том Часть 6. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2022. – С. 254-258. – EDN HXRZSC.

© Курмакаева А.Б., Голубева А.Н., Жеребцова А.С.,
Сапелкина В.С., Ханкишиева С.Ф., 2023

УДК 504.339.9

ВЛИЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

Кухта К.В.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

Экологическая проблема – одна из острейших проблем современности. Будущее человечества зависит от уровня экологической культуры каждого человека, его участия в их решении.

Загрязнение – одна из самых больших экологических проблем в мире, поскольку она является типичным побочным продуктом современной жизни. Например, загрязнение воздуха является результатом сжигания ископаемого топлива, а также различных газов и токсинов, выделяемых промышленными предприятиями и фабриками, загрязнения воды вызвано, среди прочего, использованием слишком большого количества удобрений сельскохозяйственной промышленностью и выбросом выхлопных газов наземным и водным транспортом, загрязнение воздуха вызвано сжиганием ископаемого топлива, сельскохозяйственной деятельностью, горными работами, чрезмерным использованием транспортных средств. Так же к примерам экологических проблем мы можем отнести вырубку лесов, опустынивание и деградацию земель, проблему пресной воды [1].





Процент глобальных экологических проблем в мире представлен в диаграмме (рис. 1).

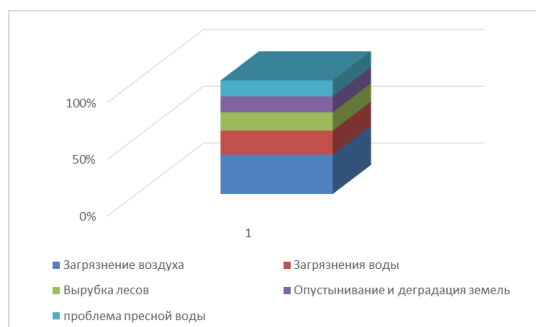


Рисунок 1 – Диаграмма экологических проблем в мире

Исходя из данных представленных в диаграмме экологических проблем в мире, можно сделать вывод, что наибольшее экологическая проблема связана с загрязнением воздуха, она составила 99%. Наименьшим количеством экологической проблемы является проблема пресной воды, опустынивания и деградации земель, эти показатели составили 40%.

По мере роста населения и промышленности растет проблема правильного удаления отходов. Сообщества накапливают столько мусора, что правильно утилизировать его становится все труднее. Например, твердый мусор обычно закапывают на свалках или сжигают, что крайне вредно для окружающей среды. Разлагающийся мусор может привлекать паразитов, вызывать неприятный запах или вымываться в грунтовые воды. Дым, выделяемый при сжигании мусора, способствует загрязнению воздуха [1].

В настоящее время, человечество оставляет после своей жизнедеятельности около 2 миллиардов тонн твердых бытовых отходов ежегодно, по прогнозам, к 2050 году эта цифра вырастет до 3,4 миллиардов тонн [2].

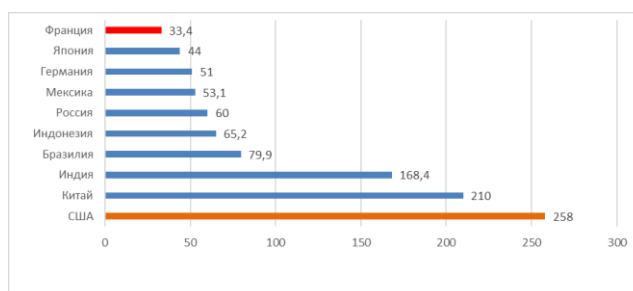


Рисунок 2 – Диаграмма абсолютных значений стран-лидеров по производству мусора

По данным диаграммы (рис. 2) абсолютных значений стран-лидеров по производству мусора мы можем увидеть, что лидирующее место занимает США, которая составляет производства мусора 258 млн. тонн в





год, а самое наименьшее значение мы видим во Франции со значением 33,4 млн. тонн в год.

Экономика оказывает большое влияние на экологию. Это связано с тем, что страны тратят денежные средства для решения экологических проблем.



Рисунок 3 – Диаграмма стран, тратящих денежные средства для решения экологических проблем

Исходя из данных предоставленных в диаграмме стран, тратящих денежные средства для решения экологических проблем (рис. 3), можно сделать вывод, что Нидерланды тратят наибольшее количества денежных средств для решения экологических проблем, они составляют 1,4%, а наименьшее количество денежных средств на решение экологических проблем тратит Финляндия, она составляет 0,2%.

Так же отрицательное влияние экономики в основном проявляется в истощении полезных ископаемых, а вследствие этого дорожают сырьё и материалы; ухудшается производительность труда, работа оборудования. Истощение полезных ископаемых наблюдается в таких странах как: Россия (снизилась до 32%), Норвегия (снизилась до 9,5%), Румыния (до 29,5%), Нидерланды (80%), США (3%). Ухудшение производительности труда наблюдается в таких странах как Болгария (\$26,55), Россия (\$29,55), Хорватия (\$32,26), Камбодже (\$3,43), Бангладеш (\$4,79), Мьянма (\$5,15).

Загрязнение воздуха приводит к сокращению мирового благосостояния на \$5 трлн. в год и потерям в производительности труда, эквивалентным \$225 млрд. В Российской Федерации эксперты оценивают ежегодную смертность от загрязнения воздуха почти в 105 тыс. человек в год, а потери экономики – в эквиваленте 8,3% ВВП [4].

Экологический кризис в Китае принял масштабный характер. МБРР оценивает экологический ущерб в 7,7% ВВП. Из-за роста числа заболеваний, связанных с загрязнением окружающей среды, страна ежегодно теряет 6,4 млн. трудовых часов. Из 20 самых загрязненных городов мира 16 находятся в КНР. Смертность в Китае от неблагоприятной экологии в 4 раза выше, чем в развитых странах [5].





Хуже всего дело обстоит с загрязнением воздуха в Индии. Показатели Индия находится на одном из последних мест в мире, причем ситуация с каждым годом только ухудшается. Среднегодовой темп прироста ВВП, по данным World Development Indicators (WDI), составил 7,5% [6].

Для решения проблем, связанных с современными экологическими кризисами, странам мира необходимо выработать и претворить в жизнь меры, направленные на новый уровень взаимоотношений человека и природы. Большое значение имеют такие направления, как разработка и создание новых технологических процессов, обеспечивающих исключение попаданий отходов в окружающую среду.

Свою роль в этом сыграет и законодательство, предусматривающее ответственность за нарушения. Как показывает практика, большие размеры штрафов, накладываемые на предприятия, допускающие выбросы вредных веществ, вынуждают их принимать меры для недопущения таких фактов в будущем. Что касается полученных при этом сумм, то их можно использовать для обеспечения мероприятий по охране окружающей среды, ее восстановления.

Большое значение играет и просвещение. Экология должна стать обязательной дисциплиной, как в школах, так и в высших и средних специальных учебных заведениях. Это будет способствовать не только улучшению отношения людей к природе, но и обеспечит у специалистов стремление создавать новые технологии, которые не будут отрицательно сказываться на окружающем мире.

Список использованных источников:

1. Глобальные экологические проблемы современного мира и пути их решения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vyvoz-org.turbopages.org/vyvoz.org/s/blog/globalnye-jekologicheskie-problemy-sovremennogo-mira/>– Дата доступа: 04.05.2023

2. Статистика стран по мусору [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://torise.ru/statistika-stran-po-musoru/>– Дата доступа: 04.05.2023

3. Виды загрязнения окружающей среды пути решения экологических проблем [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://hozuyut.ru/otxody/vidy-zagryazneniya-okruzhayushhej-sredy-puti-resheniya-ekologicheskix-problem.html>–Дата доступа: 04.05.2023

4. Загрязнение воздуха обходится мировой экономике в триллионы долларов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://caneessa.org/dyim-unosit-vvp/> - Дата доступа: 04.05.2023

5. Китай: Экономический бум и экологические угрозы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kitay->





ekonomicheskij-bum-i-ekologicheskaya-ugroza/viewer- Дата доступа:
06.05.2023

6. Кислородное и водное голодание Индии [Электронный ресурс] –
Режим доступа: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/kislородное-i-vodное-golodanie-indii/> - Дата доступа:
06.05.2023

© Кухта К.В., 2023

УДК 336.221

ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ИМУЩЕСТВА ОРГАНИЗАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Лазарев М.Ю., Политова Р.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Налоги являются основным способом наполнения государственного бюджета и дальнейшего функционирования государства, именно поэтому важно урегулировать вопрос, связанный с недостаточным уровнем развития налогообложения как в целом, так и обложения имущества организаций, в частности. Кроме того, оптимизация налогообложения имущества компаний в Российской Федерации (далее РФ) – приоритетный момент, требующий широкого обсуждения и более точного исследования.

В соответствии с 30 главой Налоговой Кодекса Российской Федерации (далее НК РФ) налог на имущество организаций является одним из региональных налогов, устанавливаемых законодательством субъектом РФ; также носит обязательный характер уплаты на территории конкретного региона.

Согласно ст. 374 НК РФ субъектами налога на имущество организаций являются юридические лица, имеющие имущество и считающиеся имуществом для установления обложения налогом.

Налоговая база основывается на среднегодовой стоимости налогооблагаемого имущества при отсутствии наличия иных подходов в налоговом законодательстве.

Иногда по ст. 378.2 НК РФ налоговой базой по уплате налога на имущество организаций выступает его кадастровая стоимость.

Как правило, субъекты РФ самостоятельно устанавливают налоговые ставки налога на имущество организаций, однако ставка не может превышать показателя 2,2%, который определен на федеральном уровне, если иное не предусмотрено ст. 380 НК РФ.





Налогоплательщики налога на имущество организаций обязаны предоставить декларацию по итогу налогового периода не позднее 25 марта, следующего за истекшим налоговым периодом.

В настоящее время налог на имущество организаций в Российской Федерации значительно увеличивает налоговую нагрузку предприятий, преимущественно тех, на балансе которых отражены высококлассные основные средства и нематериальные активы. В рамках налогового законодательства юридические лица вправе оптимизировать налогообложение своего имущества, используя налоговые льготы, установленные соответствующим законодательством, избежав незаконные способы минимизации сумм по уплате налогов.

По большей мере налоговыми льготами могут воспользоваться предприятия, занимающиеся специфическими видами деятельности, которые являются приоритетными для государства. Однако также существует универсальный ряд способов по оптимизации налогообложения имущества, который подходит для любого типа организации. Примером могут служить следующие методы – действие в регионах с низкими налоговыми требованиями, а также использование труда сотрудников с ограниченными возможностями здоровья (инвалидов) [2].

Авторами выделены основные методы по оптимизации налогообложения имущества юридических лиц:

выбор оптимального способа начисления амортизации по основным средствам: как правило, большинство компаний при расчете амортизации использует линейный способ, поскольку он является наиболее простым, однако целесообразнее было бы выбрать метод уменьшаемого остатка, в таком случае в целях налогообложения налоговая база будет значительно меньше;

применение упрощенной системы налогообложения: при выборе упрощенной системы для некоторых компаний также существует возможность установить УСН и не уплачивать налог на имущество в целом, однако данный способ наименее эффективен;

заключение лизинговых сделок, объектом которых является имущество: использование лизингового имущества – на порядок выгоднее, чем приобретение активов в кредит, поскольку в случае лизинга основные средства отражаются на балансе у организации, предоставляющей имущество. В свою очередь, компания, которая использует лизинговое имущество, не является субъектом налогообложения;

аренда имущества у других фирм: в данном случае способ похож на лизинг, также выгодно арендовать имущество у другого предприятия и не платить налог на имущество, однако важно понимать, что выгоднее: иметь





имущество на праве собственности и платить НИО или арендовать основные средства, при этом платя арендатору;

переоценка стоимость объектов налогообложения имущества организаций: еще один способ, позволяющий снизить налоговую базу по начислению и уплате налога на имущество организаций – переоценка стоимости основных средств. В случае если стоимость ряда активов упадет в цене, в таком случае компания сможет меньше уплатить налога на имущество;

способ, позволяющий снизить налоговую базу по налогу на имущество организаций – переоценка стоимости основных средств. В случае если стоимость ряда активов упадет в цене, в таком случае компания сможет меньше уплатить налога на имущество [1].

Также выделяется ряд других способов оптимизации налогообложения имущества организаций, однако эти способы актуальны не для каждой компании, всё зависит от индивидуальных условий.

На наш взгляд, отдельный способ оптимизации налогообложения имущества организаций иногда не будет являться наиболее эффективным. В комплексе ряд методов позволяет добиться максимального уровня оптимизации налогообложения имущества компаний.

Одной из проблем налогообложения имущества организаций в России является применение максимальной налоговой ставки в большинстве субъектов РФ. Лишь в Дагестане, Северной Осетии ставка составляет 1%, а в Волгоградской области – 1,8%. Для решения сложившейся ситуации необходимо снизить ставку по налогу на имущество организаций в ряде субъектов, чтобы стимулировать предпринимательскую деятельность, а также поддержать бизнес в приобретении собственных активов [4].

Чаще всего налоговое законодательство предусматривает налоговые льготы для инвесторов, либо IT, сельскохозяйственных сфер, однако важно поддерживать представителей каждой отрасли, чтобы стимулировать всестороннее развитие бизнеса.

После изучения статистики (рис. 1), составленного авторами на основе данных МФ РФ [6], можно сделать вывод: с каждым годом налоговая нагрузка по всем видам налогов только растёт, с одной стороны это выгодно для государственного бюджета, с другой стороны, это увеличивает налоговую нагрузку предприятий, ведь они являются объектами по уплате НДС, транспортного налога, налога на прибыль, а также налога на имущество организаций [3].

Оптимальным решением в таком случае является расширение налоговых льгот для предприятий, в том числе и по налогу на имущество организаций.



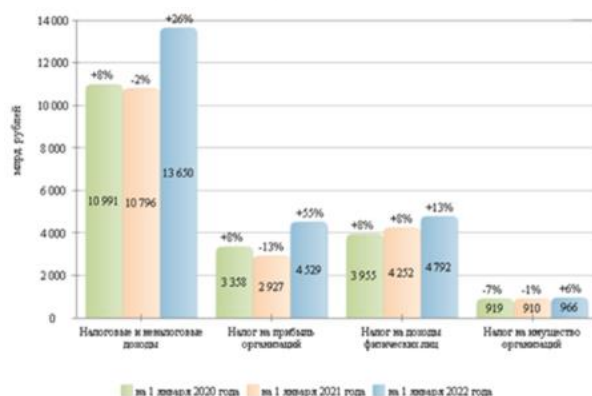


Рисунок 1 – Налоговые доходы РФ 2019-2021 гг.

Оптимизация налогообложения включает в себя ряд факторов: не только внешний, но и внутренний налоговый климат влияет на налоговую нагрузку предприятия. Говоря про внутренние факторы, важно отметить, что каждое предприятие должно быть вовлеченным в налоговое планирование, в том числе планирование по налогу на имущество. Это позволит оценить и минимизировать риски, выстроить наиболее эффективный подход к налогообложению, а как итог – удастся добиться максимизации прибыли. Наиболее эффективный метод осуществления законной оптимизации налогообложения – налоговое планирование, включающее рациональное поведение, не нарушающее налоговое законодательство РФ.

В целом, отсутствуют конкретные заготовки и методов оптимизации налогообложения. В любом случае предварительно необходимо провести анализ не только финансово-экономической деятельности предприятия, но и изменения налогового законодательства. Рациональная оптимизация налогообложения помогает сэкономить значительную часть денежных средств конкретного домохозяйства [5].

Подводя итог всему рассуждению, важно отметить, что на степень оптимизации налогообложения имущества организации влияют различные факторы: территориальный признак, способ использования имущества, метод расчёта амортизации, объём и качество имущества, а также налогового законодательство и его особенности конкретного субъекта Российской Федерации. В комплексе данные факторы формируют налоговый климат для каждой организации, которая является плательщиком налога на имущество.

Чтобы добиться высокого уровня оптимизации налогообложения имущества юридических лиц необходимо привлечь не только квалифицированных налоговых консультантов, но и сформировать бизнес таким образом, чтобы все его элементы функционировали на максимально возможном уровне. Налоговое планирование, как выяснилось, также





занимает одну из ведущих ролей при определении оптимизации налогообложения.

В результате проведенного исследования удалось изучить теоретические аспекты налога на имущество организации, его особенности; отразить информацию налоговых поступлений в консолидированные бюджеты субъектов РФ; выявить основные проблемы обложения имущества организаций РФ; предложить ряд мер по снижению налоговых рисков, а также исследовать методы оптимизации налогообложения по налогу на имущество.

Таким образом, получен практический результат – предложен ряд мер по оптимизации налогообложения.

Список использованных источников:

1. Абрамов М.Д. Снижение налогов на производство как способ повышения эффективности экономики // Налоговые споры: теория и практика. 2016. № 3 – 35-41 С.

2. Аврова И. А. Комментарий к изменениям Налогового Кодекса РФ, вступившим в силу с 1 января 2006 года. – М.: АПРОИОР, 2015. - 606 С.

3. Ануфриев В.Е. Учет и планирование финансовых результатов // Бухгалтерский учет. – 2015. - №4. – 45–52 С.

4. Аронов А.В., Кашин В.А. Налоги и налогообложение: Учеб. пособие. – М.: Экономистъ, 2017. – 560 С.

5. Березина С.В., Никулина Н.Н. Налоговое планирование – элемент налогового менеджмента страховщика // Страховые организации: бухгалтерский учет и налогообложение. 2017. № - 79-90 С.

6. [Электронный ресурс] Минфин России (minfin.gov.ru) (дата обращения 19.04.2023)

© Лазарев М.Ю., Политова Р.В., 2023

УДК 331.108.6

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ РАБОТНИКОВ В РФ

Легкодым К.Р., Меркулов Е.П.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Социальная ответственность работников в Российской Федерации означает, что каждый сотрудник организации должен осознавать свою роль в трудовой среде и обществе, проявляя заботу о своих коллегах, клиентах и окружающей среде, а также о существующих социальных проблемах.





В рамках социальной ответственности работников в РФ, сотрудники должны соблюдать правила безопасности труда, уважать права и интересы своих коллег, быть открытыми и честными в деловых отношениях, не допускать коррупции и других нарушений законодательства. Кроме того, работники могут проявлять социальную ответственность через участие в благотворительных мероприятиях, волонтерской деятельности, поддержке социальных проектов и программ, направленных на защиту прав и интересов различных групп населения. Социальная ответственность сотрудников является важным элементом корпоративной культуры и способствует формированию положительного имиджа предприятия в глазах общества.

Проблема социальной ответственности работника в Российской Федерации является крайне актуальной. В условиях экономического кризиса и растущей безработицы многие люди вынуждены искать работу в любой доступной сфере, без учета социальных и этических норм. Это приводит к тому, что в России все еще присутствуют нарушения трудового законодательства, необъективная оценка выполняемой работы, а также несправедливые условия труда. Более того, многие работники и компании не понимают необходимости социальной ответственности, рассматривая ее как лишнюю нагрузку и дополнительные расходы. Следовательно, ценности, такие как этика и социальная ответственность, снижаются в приоритетах человека, что ведет к нарушениям прав работников и несоблюдению трудовых норм [1].

Таким образом, развитие социальной ответственности работника и привитие этических ценностей в России – это неотъемлемые составляющие устойчивого экономического развития и процветания в целом.

Этика и социальная ответственность играют важную роль в компании, потому что они помогают ей сохранить репутацию, повысить доверие со стороны клиентов, инвесторов и общественности, а также создать здоровую рабочую среду для своих сотрудников. Важность этики и социальной ответственности проявляется во многих аспектах. К примеру, этика в бизнесе помогает компаниям не нарушать законы и нормы поведения, что способствует устойчивому развитию бизнеса. А социальная ответственность, в свою очередь, помогает компаниям решать реальные проблемы общества и окружающей среды, такие как бедность, экономические различия, загрязнение окружающей среды и т.д.

Компании, которые следят за этическими и социальными аспектами, чаще всего приобретают лояльность клиентов и предотвращают возможные риски, связанные с нарушением законодательства или общественных моральных норм.





Этика и социальная ответственность также помогают установить более глубокие и эффективные отношения с клиентами, создавая доверие между ними и компанией. Кроме того, у компаний, которые считают этику и социальную ответственность приоритетом, более здоровая корпоративная культура и рабочая среда. Сотрудники таких компаний имеют более высокий уровень удовлетворенности работой и часто более приверженные компании, что в итоге приводит к более высокой производительности и выгодам для компании [2].

Поэтому, этика и социальная ответственность должны быть важными аспектами в любой компании, которая стремится к здоровому, не только экономическому, но и социальному и культурному развитию.

Этика компании играет важную роль и в предотвращении трудовых нарушений, так как она определяет нормы и ценности, которые лежат в основе деятельности компании. Так, если компания отклоняется от этических стандартов, то она может допустить трудовые нарушения, что негативно повлияет на ее репутацию и финансовый результат.

Трудовые нарушения – это нарушения правил и норм, установленных трудовым законодательством, договорами и коллективными договорами, которые совершаются работниками, работодателями или иными участниками трудовых отношений [3]. Примеры трудовых нарушений могут включать нарушение трудовой дисциплины, несоблюдение правил охраны труда, нарушение трудовых прав работников, нарушение условий трудового договора и др. Некоторые трудовые нарушения могут быть подвержены штрафам, административной ответственности или даже уголовному преследованию.

Согласно официальным данным Роструда за 2022 год, количество выявленных нарушений трудового законодательства составило 32,5 тыс. [4]. Как правило, нарушения касаются оплаты труда, ограничения трудовых прав, дополнительных гарантий социальной защиты работников, безопасности труда и др.

Обычно нарушения совершаются в малом и среднем бизнесе, в отдельных секторах экономики (например, в строительстве, транспорте, сфере услуг, торговле), на низких заработках и на рискованных рабочих местах. Однако, в последние годы в России усиливаются меры по борьбе с нарушениями, включая такие меры, как повышение штрафов, ужесточение ответственности за нарушения и др.

Как показывают данные Росстата, количество нарушений законодательства в разных регионах России неодинаково. Динамика нарушений трудового законодательства в регионах России за последние годы представлена в табл. 1.





Таблица 1 – Динамика нарушений законодательства в сфере труда [5]

Наименование ГИТ	Общее количество нарушений		Сравнение показателей в 2022 с данными 2021 согласно отчету	
	за 2021 год	за 2022 год	Числовое значение (ед.)	Отношение в%
РФ	170723	32 519	-138 204,00	-80,95
ЦФО	39133	9329	-29 804,00	-76,16
СЗФО	21 443	2822	-18 621,00	-86,84
ЮФО	9 022	1 759	-7 263,00	-80,50
СКФО	7 770	1 867	-5 903,00	-75,97
ПФО	40 983	7 477	-33 506,00	-81,76
УФО	23 734	2 885	-20 849,00	-87,84
СФО	17 975	3 299	-14 676,00	-81,65
ДФО	10 663	3 081	-7 582,00	-71,11

Если говорить о наиболее распространенных нарушениях трудового законодательства в России, то чаще всего это нарушение правил, связанных с оплатой труда, соблюдением рабочего времени и отпусков, а также дискриминация работников.

На снижение показателей количества нарушений законодательства в сфере труда в России за последний год повлияло ужесточение ответственности за нарушение трудового законодательства: введены новые наказания для работодателей, которые нарушают законы о труде, а также для государственных инспекторов по труду, которые не выполняют своих обязанностей.

Также, увеличилось число проверок со стороны государственных инспекторов по труду. Частота и жесткость проверок стимулирует работодателей и работников к более точному соблюдению правил трудового законодательства.

Развитие правозащитной деятельности дает возможность повысить ответственность за нарушения человеческих прав в сфере труда.

Социальная ответственность работников может положительно повлиять на уровень трудовых правонарушений в организациях. Если сотрудники чувствуют ответственность не только за выполнение своих задач, но и за сохранение моральных и этических норм в рабочей среде, то они могут проявлять более дисциплинированное поведение и уважительное отношение к правам и свободам других работников. Сотрудники, которые понимают, что трудовые правонарушения могут привести к серьезным последствиям для организации и для самих сотрудников, могут проявлять большую ответственность в своих поступках и сотрудничать с коллегами и руководством по улучшению рабочей среды и решению проблем.

Быть социально ответственным работником также означает быть готовым сообщать о возможных нарушениях трудовых прав и норм работодателя, что может способствовать предотвращению правонарушений и улучшению условий труда.

Структура социальной ответственности работников в РФ может включать следующие пункты:





соблюдение трудовых прав и обязанностей, определенных законодательством РФ;

сохранение и защита имущества работодателя, а также собственного имущества других сотрудников;

ответственное отношение к своей работе и выполнение задач в соответствии с установленными требованиями и стандартами;

соблюдение профессиональной этики, уважение к коллегам, клиентам и партнерам по бизнесу;

активное участие в процессе улучшения качества выполняемой работы, повышение своих профессиональных навыков и знаний;

содействие в создании безопасной и здоровой рабочей среды, соблюдение правил охраны труда и пожарной безопасности;

содействие в решении социальных проблем, работа по социальной адаптации коллег и помощь в решении личных социальных проблем, если это не противоречит законодательству РФ;

активное участие в общественно-полезных мероприятиях, благотворительных программах и проектах, направленных на защиту окружающей среды и улучшение качества жизни рабочих и их семей [6].

Также следует отметить, что структура социальной ответственности работников может отличаться в зависимости от конкретной сферы деятельности и учреждения.

Исходя из всего вышесказанного можно сделать вывод, что социальная ответственность работников играет важную роль в формировании этики и предотвращении трудовых правонарушений в компании. Работники, осознавая свою роль в создании благоприятной рабочей атмосферы и уважая права и интересы коллег, способствуют укреплению корпоративной культуры и формированию профессиональных ценностей. Они также могут помочь руководству компании выявить проблемные области в организации и предложить методы их решения.

Помимо этого, работники, которые несут социальную ответственность, могут влиять на уровень этики в компании. Они демонстрируют высокие стандарты поведения и запрещают любые формы коррупции и недобросовестной коммерческой практики, что создает безопасную и справедливую рабочую среду. Это также помогает компании укрепить свой имидж и поддерживать доверие клиентов и партнеров.

В целом, социальная ответственность работников является неотъемлемой частью устойчивого развития компании. Она способствует формированию сильной корпоративной культуры, укреплению профессиональных ценностей, снижению уровня трудовых правонарушений и улучшению общей этики в компании.





Список использованных источников:

1. Скалецкий М.А. Социально-трудовые отношения: сущность и формирование / М.А. Скалецкий // Дельта науки. – 2018. – № 1. – С. 93-96.
2. Сысоев И.П. Корпоративная этика и решения проблем деловых отношений / И.П. Сысоев, Е.А. Зинченко // Тезисы докладов 51-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 25 апреля 2018 года. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2018. – С. 61-62.
3. Морозова А.И. Проблемы взаимоотношения работодателя и работника / А.И. Морозова, Я.Ю. Орлова // Аллея науки. – 2018. – Т. 6. – № 6. – С. 687-690.
4. Единый портал Федеральной службы по труду и занятости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rostrud.gov.ru/> Дата обращения: 05.05.2023г.
5. Трудовые ресурсы, занятость и безработица, 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistic/> Дата обращения: 05.05.2023г.
6. Кречко М.Ю. Социальная ответственность в российских организациях / Наука, образование и культура. – 2019. – № 3 (3). – С. 19-20.

© Легкодым К.Р., Меркулов Е.П., 2023

УДК 330.322; 004.92

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕГИОНА

Лёшина А.Е., Егорова Л.Э.

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

В Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации (утверждена указом Президента РФ от 21.01.2020 г. № 20) установлено, «продовольственная безопасность Российской Федерации – состояние социально-экономического развития страны, при котором обеспечивается продовольственная независимость Российской Федерации, гарантируется физическая и экономическая доступность для каждого гражданина страны пищевой продукции, соответствующей обязательным требованиям, в объемах не меньше рациональных норм потребления пищевой продукции, необходимой для активного и здорового образа жизни» [1].

К показателям продовольственной безопасности, согласно Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации, относятся:





зерно, сахар, растительное масло, мясо и мясопродукты (в пересчете на мясо), молоко и молокопродукты (в пересчете на молоко), рыба и рыбопродукты (в живом весе – весе сырца), картофель, овощи и бахчевые, фрукты и ягоды, семена основных сельскохозяйственных культур отечественной селекции, соль пищевая [1].

Для нашей страны очень важна как физическая, так и экономическая доступность продовольствия для каждого гражданина нашей страны. В складывающейся ситуации на внешнеполитическом ринге для России особенно важна возможность самостоятельно обеспечить себя продовольствием.

Хотелось бы уделить особое внимание продовольственной безопасности республики Хакасия, выясняя и учитывая возможности обеспечения и реализации сельскохозяйственной продукции, как внутри региона, так и за её пределы. Оценив и проанализировав показатели производства продукции сельхозназначения возможно суждение о состоянии АПК и продовольственной независимости региона. На сайте Управления Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва, размещены данные о производстве основных продуктов животноводства и валовом сборе сельскохозяйственных культур (табл. 1).

Таблица 1 – Производство основных продуктов животноводства и валовой сбор сельскохозяйственных культур за 2018-2021 гг. [3]

	2018	2019	2020	2021
Бахчевые продовольственные культуры	3,65	1,74	2,2	1,63
Овощи открытого и закрытого грунта	428,29	406,61	397,64	394,98
Зерновые и зернобобовые культуры	994,67	1 414,17	1 611,82	1 553,75
Картофель всего	908,35	755,47	780,41	–
Масличные культуры	41,87	156,33	79,25	137,08
Крупный рогатый скот	12,2	12	10,9	10,3
Овцы и козы	2,5	2,4	2,4	2,4
Птица	0,9	0,6	0,6	0,6
Свиньи	6,2	5,8	6,3	6,2
Производство молока	154,5	144,7	140,3	130,6
Производство яиц	90,1	92	89,8	88,2

Исходя из рассматриваемых данных, выросли значения таких показателей как зерновые и зернобобовые культуры, масличные культуры – прирост по этим показателям составил 56,21% и 227,39% соответственно. Это можно связать с тем, что зернобобовые культуры обладают высокой кормовой ценностью и главным их преимуществом является содержание всех незаменимых аминокислот в белке [4]. Рост урожайности масличных культур может быть связан с изменением погодных условий и технологий производства. Объем производства бахчевых продовольственных культур снизился на 55,34%, так как климат Республики Хакасия достаточно холодный для производства бахчевых культур, а величина получаемого урожая бахчевых продовольственных культур существенно зависит от метеорологических условий.





Выявляя степень продовольственной независимости Республики Хакасия, помимо объемов производства основных продуктов животноводства и валового сбора сельскохозяйственных культур, необходимо учитывать и знать потребление продуктов питания жителями республики. Факторы, влияющие на потребление, оказывают значительную роль в продовольственной безопасности региона, это и национальные традиции питания, и покупательная способность населения, и природно-климатические условия и плотность населения, и конечно физическая доступность продовольствия (табл. 2).

Таблица 2 – Личное потребление продуктов питания в Республике Хакасия за 2018-2021 гг. [2]

	2018	2019	2020	2021
Зерно злаковых и бобовых культур	0	0	0	0
Молоко от всех видов животных	132,4	133,7	134,8	134,9
Мясо (включая субпродукты) и мясопродукты (в убойном весе)	35,9	36,7	36,5	–
Овощи и бахчевые культуры	59,1	58,4	57,4	56,8
Плоды, ягоды, виноград	28,3	29,1	29,3	29,4
Картофель	52	47,5	46,8	–

За анализируемый период значительно снизилось потребление картофеля – 10% за 3 года. Снижение производства связано с разнообразием потребительского рынка, изменением пищевых привычек населения Республики. Например, плоды, ягоды и виноград содержат биологически активные вещества, необходимые человеку, особенно при диетическом питании; многие из плодовых культур обладают лечебными свойствами. Что характеризует рост личного потребления плодов, ягод и винограда почти на 4%.

Таблица 3 – Рассчитанные значения показателей продовольственной независимости Республики Хакасия

	2018	2019	2020	2021
Картофель	1746,83%	1590,46%	1667,54%	–
Мясо (включая субпродукты) и мясопродукты (в убойном весе)	60,72%	56,68%	55,34%	–
Молоко	116,69%	108,23%	104,08%	96,81%
Овощи и бахчевые культуры	730,86%	699,23%	696,59%	698,26%

Рассчитанные показатели самообеспеченности картофелем, овощами и бахчевыми культурами, молоком превышают пороговые значения, равные 95%, 90% и 90% соответственно, что характеризует высокую самообеспеченности Хакасии. Показатели самообеспеченности мясом и мясопродуктами, наоборот, ниже порогового значения, составляющего 85%, так как потребление мяса превышает его производство в среднем на 73,94%.

Снижение производства основных продуктов животноводства может быть связано с напряженной ситуацией по содержанию животных этого вида, и ставит задачи перед руководством республики для дальнейшего решения сформировавшихся проблем.

У каждого региона присутствуют особенности в выработке условий достижения продовольственной безопасности, успех которых зависит от





знаний, таланта и желания органов управления своевременно вникать в проблематику и решать сформировавшееся задачи. Управленческим структурам необходимо учитывать территориальные особенности региона с целью минимизации препятствия продовольственной безопасности.

Список использованных источников:

1. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации // КонсультантПлюс: справ. правовая система – Электрон. дан. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_343386/ (дата обращения: 10.05.2023)

2. Личное потребление продуктов питания с 2018 г. [Электронный ресурс] // ЕМИСС – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/58971> (дата обращения: 10.05.2023)

3. Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство [Электронный ресурс] // Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва – Режим доступа: <https://krasstat.gks.ru/folder/45009> (дата обращения: 10.05.2023)

4. Зернобобовые: начинают и выигрывают [Электронный ресурс] // Щелково Агрохим – Режим доступа: <https://betaren.ru/news/zernobobovye-nachinayut-i-vyigrayuyut/> (дата обращения: 10.05.2023)

© Лёшина А.Е., Егорова Л.Э., 2023

УДК 330.322; 004.92

ТАМОЖЕННАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Лёшина А.Е., Чернова В.А.

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

С точки зрения экономической безопасности, таможенная политика – это система мер, регулирующих импорт, экспорт и транзит товаров и других объектов, перемещающихся через границы государства, введение таможенных пошлин, таможенное оформление и контроль [1].

Одной из важных целей таможенной политики России на сегодняшний день является повышение уровня экономической безопасности.

Учёт товаров, ввозимых на территорию России и вывозимых из неё, ведёт Федеральная таможенная служба России (ФТС России). Это делается с целью выявления эффективности проводимой государством политики в области таможенного дела. В табл. 1 представлены данные об импорте, экспорте, торговом обороте и торговом сальдо с 2017 по 2022 год.





Таблица 1 – Данные внешней торговли Российской Федерации со всеми странами, млн. долларов [2]

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Импорт	227502,6	238151,4	244348,5	231429,5	293531,2	259083,0
Экспорт	357816,6	449963,7	424467,7	336393,8	493096,1	591459,6
Торговый оборот	585319,1	688115,1	668816,2	567823,3	786627,3	850542,6
Торговое сальдо	130314,0	211812,3	180119,3	104964,3	199564,9	332376,6

Проанализировав представленные данные по 4 показателям, особое внимание стоит уделить торговому сальдо. За весь рассматриваемый период торговое сальдо, то есть превышение экспорта над импортом, положительное и в 2022 году экспорт превышает импорт больше чем в 2 раза. Принято считать, что положительное, иными словами – активное, сальдо лучше отрицательного, так как в этом случае поддерживается местный производитель – здесь можно сделать вывод о проводимой политике протекционизма, – а значит и экономика страны. Как известно, в России протекционистская политика основана на соглашениях Евразийского экономического союза, за исключением ответных зеркальных мероприятий по отношению к международным контрагентам [3]. На сегодняшний день она является приоритетной для нашей страны.

Экспорт в период 2017-2022 гг. значительно вырос – на целых 65,30%, что может значить возросшую потребность в ресурсах нашего государства. Экономика России является сырьевой, а значит её экономический рост зависит от экспорта энергоносителей, то есть от мировых цен на газ и нефть. На рис. 1 представлена товарная структура экспорта за 2021 год.



Рисунок 1 – Товарная структура экспорта за 2021 год

На диаграмме мы видим, что большую часть (54,3%), экспортируемых товаров составляют топливно-энергетические, что подтверждает вышесказанные слова о сырьевой экономике России и зависимости её роста от экспорта энергоносителей. Меньшую долю (около 4%) составляют лесоматериалы и целлюлозно-бумажные изделия.

На рис. 2 представлена товарная структура импорта за 2021 год. Большую часть, а именно 49,2%, импортных товаров составляют машины и оборудование. Такое явление можно объяснить тем, что на Россию приходится всего 6% стоимости машиностроительной продукции, тем временем как на США приходится около 30% стоимости машиностроительной продукции, на Японию – 15%, на Германию – около 10%. Все эти страны наряду с Францией, Великобританией, Италией и





Канадой занимают доминирующее положение в машиностроении. Самая маленькая доля импорта (0,80%) принадлежит топливно-энергетической отрасли, по уже известным нам причинам.

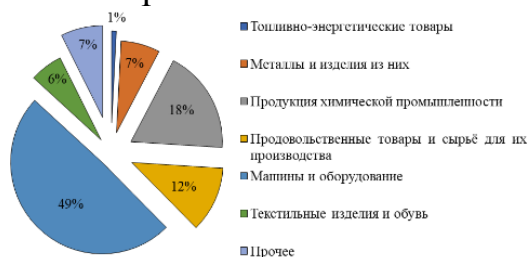


Рисунок 2 – Товарная структура импорта

Таможенная политика, как и любая другая политика государства, требует совершенствования с течением времени с учетом внешнеполитической ситуации и ситуации внутри страны. На сегодняшний день в области совершенствования таможенной политики государством планируется реализовать ряд мер, вот некоторые из них [4]:

создать национальную систему прослеживаемости товаров от их ввоза на территорию РФ до их выбытия из торгового оборота на основе документарной и физической идентификации;

модернизировать таможенное администрирование, связанное с применением мер нетарифного и технического регулирования, обеспечения экспортного и валютного контроля и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности;

усовершенствовать фискальную функцию, то есть изменить основные принципы администрирования таможенных платежей и упростить таможенные операции в целях соблюдения баланса интересов государства в части полноты формирования бюджета и участников внешнеэкономической деятельности в снижении финансовых издержек и административной нагрузки.

Список использованных источников:

1. Бугрова Е.Н. Таможенные методы и средства обеспечения экономической безопасности государства / Е.Н. Бугрова, О.Ю. Никульникова, Ф.Ф. Байрушина // Актуальные проблемы обеспечения экономической безопасности государства, регионов, предприятий: сборник научных статей V Международной научно-практической конференции, Уфа, 31 мая 2021 года. – Уфа: Уфимский государственный нефтяной технический университет, 2021. – С. 23-26

2. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс] // customs.gov.ru – Режим доступа: <https://clck.ru/32b7sR> (дата обращения: 22.04.2023)

3. Мамин А.Ш. Особенности осуществления внешнеэкономической протекционистской политики России в современных условиях / А. Ш.





Мамин // Международный журнал прикладных наук и технологий Integral.
– 2020. – № 3. – С. 49

4. Стратегия развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года [Электронный ресурс]: распоряжение Правительства РФ от 23.05.2020 № 1388-р // КонсультантПлюс: справ. правовая система. – Электрон. дан. – URL: <https://clck.ru/34DjWo> (дата обращения: 23.04.2023)

© Лёшина А.Е., Чернова В.А., 2023

УДК 339.3.025.422

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Мокеева Т.В., Ли В.И.

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

В условиях цифровой трансформации многие привычные вещи меняются. Тем не менее такие тренды имеют как положительные, так и негативные последствия. Нет сомнений в том, что технологии приобретают все большее значение для всех сфер жизни, в частности для сферы государственных закупок. Внедрение цифровых технологий в систему закупок позволяет расширять границы рынка, привлекать больше участников и обеспечивать высокую конкуренцию. Также это способствует соблюдению принципов открытости и прозрачности информации. Цифровизация также дает новые возможности для мониторинга до и после заключения контракта, а также для анализа больших данных.

В мировой практике изучением влияния цифровизации на процедуры государственных закупок занимаются доктор Кирси-Мария Халонен, эксперт Европейской комиссии по государственным закупкам, Иоланда Тайлер, руководитель Департамента честности и открытости общественности Глобального управления Всемирного банка, и многие другие. Они отмечают, что учитывая текущие тенденции развития цифровых закупок, необходимо задуматься не только о возможностях, которые открывает внедрение этих технологий, но и о некоторых проблемах, которые возникают в результате повышения прозрачности и последствий этого способа управления закупками [0]. Также экспертами отмечается цифровой разрыв между странами по всему миру, особенно в сфере государственных закупок. В то время как в некоторых странах нет даже портала для размещения информации о государственных контрактах,





другие страны, например страны ОЭСР, используют искусственный интеллект и блокчейн [0].

Холкина Н.В. и Швец А.В. [3] касаются темы цифровизации в сфере закупок в отечественной литературе. В своей работе они рассмотрели, как цифровая трансформация и использование новых цифровых технологий в закупочной системе помогают расширению границ рынка. Другие авторы – Дегтев Г.В., Гладилина И.П. и Лабутина Н.Н. [4] – обращают внимание на то, что управление в сфере госзакупок потребует изменений в законодательстве и управленческих инструментах. Прохоров Ю.Н. и Самойлов М.И. [5] представили анализ эффектов, которые происходят при внедрении цифровых инструментов для конкуренции на рынке государственных заказов.

Несмотря на популярность темы государственных закупок и связанной с ней цифровизацией, количественных исследований, описанных в данной статье, ранее не проводилось.

Цель исследования заключалась в выявлении эффекта цифровизации на конкуренцию в области государственных закупок, а также в определении преимуществ и недостатков цифровой системы заключения контрактов в данной сфере.

В ходе исследования использовались аналитические и сравнительные методы, а именно анализ и синтез, а также количественный метод – статистический анализ.

Исследование проводилось на основании действующего в Российской Федерации Федерального закона в сфере государственного заказа №44-ФЗ [0], на примере данных по количеству участников и стоимости контрактов в области услуг профессионального образования ОКПД 85.2: услуги в области профессионального образования; ОКПД 85.21: услуги в области среднего профессионального образования; ОКПД 85.22: услуги в области высшего образования; ОКПД 85.23: услуги по подготовке кадров высшей квалификации.

Был выбран период с 2018 по 2020 год по причине того, что в 2019 году было введено обязательное размещение заявок в единой информационной системе (ЕИС), такой временной промежуток позволит наглядно отобразить влияние цифровизации на закупочный процесс. Способы закупок были разделены на электронные и бумажные. К бумажным были отнесены запрос котировок, запрос предложений, аукцион и открытый конкурс, к электронным они же, но проводимые посредством использования ЕИС. Уровень конкуренции оценивался по отобранным критериям: средняя цена контракта (тыс. руб.), среднее количество участников, количество контрактов без снижения цены,





количество участников, среднее падение цены (%), процент допусков (%), постоянные поставщики.

Предварительно авторы выдвинули гипотезу о том, что цифровизация положительно сказалась на уровне конкуренции в государственных закупках. Обосновывалось это тем, что благодаря интернет-площадкам участники торгов могли получить доступ к информации о закупках из всех регионов страны, а процесс закупок стал более прозрачным благодаря обязательным отчетам, которые публикуются на площадке в определенные сроки.

Для проведения исследования была использована автоматизированная программа Тендерплан, которая позволяет выбрать различные варианты определения поставщиков. Были созданы две выборки: бумажные и электронные конкурентные процедуры. Анализ полученных данных подтвердил гипотезу, что цифровизация положительно повлияла на уровень конкуренции в государственных закупках. Участие в торгах возросло, что привело к снижению цен на товары и услуги и к увеличению количества постоянных поставщиков.

Анализ полученных данных, подтвердил первоначальную гипотезу о положительном влиянии цифровизации. Так, количество участников возросло с 823 до 1283, вместе с этим вырос показатель среднего количества участников на 1,6 процентных пункта и составил 4. Значительный рост участников позволил повысить показатель среднего падения цены в 2 раза с 25,1% до 50,9%. Более чем в два раза возросло и количество постоянных поставщиков, что может говорить не только об увеличении доступности, но и росте интереса участников исполнению государственного заказа.

Доступность закупочных процедур широкому кругу поставщиков, повысила конкуренцию и позволила снизить среднюю стоимость контракта с 985,7 тыс. руб. в случае бумажных процедур, до 620,7 тыс. руб. в электронных процедурах, таким образом снижение составило 365 тыс. руб. Уменьшилось количество контрактов без снижения цены, что также говорит о стимуляции механизмов экономии бюджета.

Под влиянием цифровизации возрос и процент допусков на 4,3 процентных пункта, что, предположительно, может являться и причиной роста количества участников, описанного ранее. Здесь можно говорить, об упрощении подготовки документации и сокращении бюрократических издержек, что позволило большему количеству поставщиков принять участие в закупочных процедурах.

Видно, как возросло и количество регионов-участников посредством использования электронных закупочных процедур, а вместе с этим и количество проведенных закупок. Так, в случае проведения торгов в





бумажном виде участвовало 69 регионов и было проведено 1309 закупочных процедур. В случае же электронных процедур были представлены поставщики из 77 регионов и проведено 5368 закупок.

В ходе исследования были определены и негативные тенденции цифровизации: электронные махинации и мошенничество; электронное рейдерство (Ddos-атаки на аукцион), при котором заказчику угрожают, подачей жалоб до тех пор, пока не будут отступные; снижение качества продукции в результате снижения цен; нечестный демпинг и манипулирование результатами процедуры, что приводит к снижению интереса к дальнейшему участию у добросовестных поставщиков.

Одним из примеров может служить модель мошенничества «Таран», которая работает следующим образом: в первые секунды подставные компании резко и быстро демпингуют. Нужная компания снижает цену так, чтобы занять 2 или 3 место. Честный поставщик, понимая, что не имеет смысла участвовать, уходит, а демпингеров отклоняют по второй части заявки.

Для устранения отрицательных последствий цифровизации в области государственных закупок работают над созданием новых технологий, а системы электронных торгов и площадок постоянно улучшаются. Например, была запущена система «Независимый регистратор», которая обеспечивает запись всех действий участников закупок в соответствии с Федеральным законом № 44-ФЗ и № 223-ФЗ. Видеозаписи, полученные через эту систему, могут быть использованы для защиты прав и интересов в Федеральной антимонопольной службе России (ФАС).

Количественный анализ подтвердил первоначальную гипотезу о положительном влиянии цифровизации на уровень конкуренции в государственных закупках. Результаты отражают рост среднего уровня участников, падение цены контракта и снижение средней цены. Все эти факторы напрямую влияют на эффективность использования государственного бюджета и качество предоставляемых общественных благ.

Продолжением данного исследования может быть его расширение и на другие отрасли, в особенности на закупку медикаментов и строительную деятельность.

Опыт Российской Федерации по цифровизации закупочных процедур может быть полезен и другим странам, которые также прилагают всевозможные усилия по оптимизации внутренних процессов перераспределения благ в обществе. Безусловно, цифровизация вместе со своими достоинствами несет и новые опасности в лице кибер-атак, которые могут наносить вред суверенитету государства, утечке персональных данных, различным махинациям, демпинг и рейдерство.





Меры по предотвращению этих опасностей могут также стать темой для будущих исследований в сфере цифровизации системы государственного контракта.

Список использованных источников:

1. Halonen K.-M. Public procurement digitalisation: a step forward or two steps back? // Blog on EU law. URL: <https://www.howtocrackanut.com/blog/2019/9/3/public-procurement-digitalisation-kirsi-halonen>. (дата обращения: 04.03.2023).

2. Tayler Y., Langburd N. The future of public procurement in the era of digitalization // World Bank. Governance for Development. July 23, 2018. URL: <https://blogs.worldbank.org/governance/future-public-procurement-era-digitalization>. (дата обращения: 04.03.2023).

3. Холкина Н.А., Швец А.В. Развитие цифровизации контрактной системы в сфере закупок. // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitietsifrovizatsii-kontraktnoy-sistemy-v-sfere-zakupok/viewer>. (дата обращения: 04.03.2023).

4. Дёгтев Г.В., Гладилина И.П., Лабутина Н.Н. Цифровизация и управление закупками в процессе достижения социальных и экономических эффектов закупочной деятельности. // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-i-upravlenie-zakupkami-v-protssesse-dostizheniya-sotsialnyh-i-ekonomicheskikh-effektov-zakupochnoy-deyatelnosti>. (дата обращения: 04.03.2023).

5. Прохоров Ю.Н., Самойлов М.Г. Цифровая трансформация и ее влияние на развитие конкуренции в сфере закупок в условиях перехода к цифровой экономике // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-i-vliyanie-eyo-na-razvitiye-konkurentsii-v-sfere-zakupok-v-usloviyah-perehoda-k-tsifrovoy-ekonomike/viewer>. (дата обращения: 04.03.2023).

6. Федеральный закон "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ (последняя редакция) \ КонсультантПлюс, https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/. (дата обращения: 04.03.2023).

© Мокеева Т.В., Ли В.И., 2023





УДК 330.163.12

ВЛИЯНИЕ СКВОЗНЫХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА БЛАГОСОСТОЯНИЕ СТРАН МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

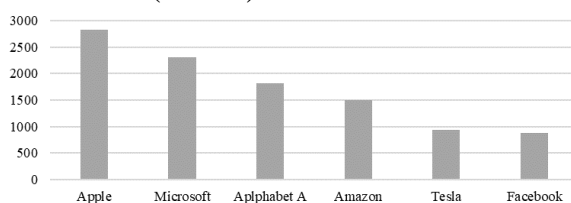
CROSS-CUTTING DIGITAL TECHNOLOGIES IMPACT ON THE WELFARE IN THE GLOBAL ECONOMY

Беляева Ж.С., Логиновских А.А.

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

The concept of digitalization is linked with the industrial revolution. A huge part of the transition to industry 4.0 is the introduction of cross-cutting digital technologies in developed and developing countries. Although different countries have different speed of digital introduction, on business level companies supplement their policies and develop overall digital transformation [1].

Main leaders of S&P 500 index in 2022 are digital companies, with only one – Tesla from automotive production on the fourth place, which also uses all digital novelties in its production (Pic. 1).



Picture 1 – Top-6 S&P 500 companies by market capitalization, bill US doll, 2022 year [2].

With the beginning of the development of industry 4.0, many companies in various industries have found the use of cross-cutting technologies in their business processes [3]. On the examples from real companies it was revealed that there are industries in which the use of cross-cutting technologies has become traditional, as well as industries in which they are a breakthrough [4]. In addition, the opportunities offered by cross-cutting technologies for achieving sustainable development goals have been identified [5].

The econometric analysis of panel data has been chosen as the main methodological tool, which will allow assessing the impact of the expected factors on the explained variable – GDP per capita in developed and developing countries. This approach is a novelty in the study of the topic, since interview methods, systematic literary review and case study are most used in works aimed at studying the impact of cross-cutting digital technologies [6].





To see the difference groups of 36 developed and 75 developing countries were selected. The data for the study were taken for the period from 2012 to 2020 from the WorldBank database [7]. This choice of the study period and countries is due to the availability of data. As a result, we received a total of 999 observations (panel) for research. The STATA program will allow us to make a comprehensive econometric analysis of data. Variables are grouped by economic, technological and social factors. Their choice is determined by the factors necessary for the introduction of cross-cutting digital technologies.

An additional method used in the study is the evaluation of the integral index, which illustrates the readiness to implement cross-cutting digital technologies in a sample of countries. The analysis was carried out for 25 countries over 9 years from 2012 to 2020. It uses the indicators selected as explanatory variables of the models plus additional variables. After rationing, the indicators took a value from 0 to 1. Each country could score 14 points, after calculations, the indicator was recalculated as a percentage.

Econometric analysis allows to estimate the impact from economic, social and technological factors, which are necessary for the introduction of cross-cutting digital technologies (Tab. 1).

Table 1 – Results of final models

	Indicator	Developed countries	Developing countries	Common model
Social	Access to electricity			0.0064714*
	Labor force with advanced education			0.0030388*
	Individuals using the Internet	0.0020286**	0.0015278*	0.0014093**
	Unemployment, total		-0.0072571**	-0.0043969*
Technological	Automated teller machines (ATMs)	-0.0004317*	0.001663*	
	Secure Internet servers	0.0143528***	0.0210263***	0.021582***
Economic	Computer, communications and other services export	0.0031812**		
	Research and development expenditure	-0.0698426***		-0.046848*
	Gross fixed capital formation	0.2528632***	0.0768074*	0.1614774***
	R-squared: within	0.859	0.818	0.755

Analyzing the results, we can make following conclusions. The general model shows the impact of access to electricity and labor force with advanced education, which confirms that the level of scientific and technological development of the country plays a key role for the economic development of countries.

Individuals using the internet it is significant for all models. The number of Internet users shows the technological capabilities of the country, a high level means the possibility of introducing cross-cutting technologies, therefore projects aimed at public access to the Internet are required.

Difference in results for number of automated teller machines tells us that developed countries should reduce the number of ATMs, in favor of working on other technological innovations and infrastructure of banks, but developing countries otherwise should Increase the number of ATMs for more efficient operation of the banking system, which leads to economic growth.

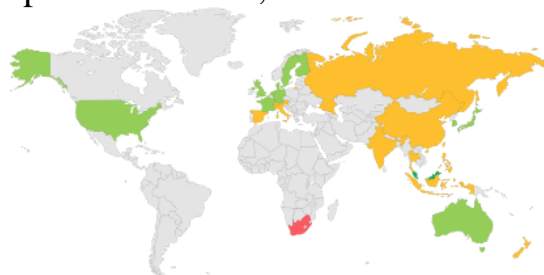




The number of secure Internet servers is also significant in all models. Thus, it is important to provide a safe environment for economic growth in the context of digitalization.

In the model for developed countries, computer, communications and other services export is significant, which means that in developed countries economic development depends on the level of digitalization and technology development.

Having assessed the impact of the development of cross-cutting technologies on the economic development of countries, it is also necessary to consider the readiness of countries to implement cross-cutting technologies. Based on the calculations of countries readiness to implement cross-cutting technologies, it can be concluded that the most favorable conditions have been created in Singapore for the development and implementation of cross-cutting digital technologies, such a trend has been maintained in the country since 2012. This is followed by the Republic of Korea, Denmark and Switzerland (Pic. 2).



Picture 2 – Distribution of countries by readiness for cross-cutting technologies implementation

Russia is classified as a group of developing countries and estimated as “satisfactory” in index calculations. We can conclude that for the future development of the country's economy, due to digitalization and development of cross-cutting technologies, it is necessary to invest more actively in digital technologies and the production and distribution of technical equipment such as servers and ATMs, expand access and use of the Internet by the population, as well as reduce unemployment, possibly increasing jobs and training in digital industries.

Based on the analysis made, we can say that indeed, a complex of economic, technological and social factors describing digitalization positively affect the development of the economic situation of countries.

As the result of the study, the following recommendations for countries can be made:

both developed and developing countries should focus on projects to increase the proportion of the population with electricity and internet access;

to increase motivation to obtain higher education, and the development of policies regarding access to education as well as policies aimed at reducing unemployment and adapting to working conditions;





it is also necessary to increase the number of secure Internet servers in order to provide a safe environment for economic growth in terms of digitalization;

invest in and control tourist places and develop the necessary infrastructure;

In developed countries, it is recommended:

to pay attention to the increase in export activities in the field of computer, communication and other services, as well as ICT goods and ICT services export;

government projects using cross-cutting technologies for the development of Smart cities;

to implement cross-cutting technologies in general processing and management of public documents and individual identification;

In developing countries, it is recommended:

to grow the production of ICT products in order to increase exports;

increasing sufficiency of infrastructure, including schools, clinics, grocery stores, parks or parking spaces;

build up the technological infrastructure for broadband access;

low life expectancy brings to the recommendations for improvements in the medical sector: reducing errors caused by human factors and arising in the process of medical examination, improved smart contracts for healthcare management.

Companies in various industries and countries should also consider the possibilities of cross-cutting technologies to help achieve the sustainable development goals and optimize their business processes.

Список использованных источников:

1. Suoniemi S. et al. Big data and firm performance: The roles of market-directed capabilities and business strategy //Information & Management. – 2020. – Т. 57. – №. 7. – С. 103365.

2. Market capitalization of largest companies in S&P 500 Index as of January 31, 2022 // Statista URL: <https://www.statista.com/statistics/1181188/sandp500-largest-companies-market-cap/> (accessed: 01.03.2022).

3. Azeem M. et al. Big data applications to take up major challenges across manufacturing industries: A brief review //Materials Today: Proceedings. – 2022. – Т. 49. – С. 339-348.

4. Longo F. et al. Blockchain-enabled supply chain: An experimental study //Computers & Industrial Engineering. – 2019. – Т. 136. – С. 57-69.

5. de Villiers C., Kuruppu S., Dissanayake D. A (new) role for business—Promoting the United Nations’ Sustainable Development Goals through the





internet-of-things and blockchain technology //Journal of business research. – 2021. – Т. 131. – С. 598-609.

6. Alkaraan F. et al. Corporate transformation toward Industry 4.0 and financial performance: The influence of environmental, social, and governance (ESG) //Technological Forecasting and Social Change. – 2022. – Т. 175. – С. 121423

7. WorldBank open data URL: <https://data.worldbank.org/> (accessed: 23.04.2022).

© **Беляева Ж.С., Логиновских А.А., 2023**

УДК 336.7

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИЙ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

Лу Юй

Научный руководитель Зернова Л.Е.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

В условиях трансформации российской экономики под влиянием санкций повышается роль и значение инноваций. Инновационное развитие экономики рассматривается сегодня многими странами как один из основных путей экономического роста, обеспечения конкурентоспособности. Опыт последних лет показывает необходимость объективной и критической оценки влияния новых тенденций в развитии научно-технической сферы на банковский сектор, при которой учитывались бы и подвергались всестороннему исследованию те серьезнейшие трансформационные и структурные проблемы, которые неизбежно сопутствуют зарождению и развитию любых инноваций. Так, приобретает особую актуальность изучение тенденций, на основании которых происходило развитие инновационной деятельности банков в России [1, 2, 3, 4].

Исторические данные свидетельствуют о том, что продуктовые финансовые инновации зародились в России значительно раньше, чем технологические. Если ипотека зародилась еще в XVIII веке, то первая технологическая финансовая инновация – банковская карта лишь в конце XX века. Основным стоп-фактором, на наш взгляд, стал технологический. Для развития технологических инноваций необходим был научно-технический переворот, который произошел лишь в XIX в.





В настоящий момент специфика развития финансовых инноваций в банках, на наш взгляд, заключается в следующем: идет процесс технологизации финансовых инноваций; происходит виртуализация финансовых инноваций; финансовые инновации становятся основным орудием конкуренции на банковском рынке, важнейшим средством дифференциации продукта; активное внедрение финансовых инноваций ведет к повышению интенсивности конкуренции на банковском рынке и изменению ее характера; формируется новая банковская культура, неотъемлемым элементом которой является инновативность.

Большинство внедряемых коммерческими банками нововведений созданы на основе передовых достижений в технике и технологиях. К таким можно отнести инфоматы телеприсутствия, универсальные электронные карты, SMS банкинг, мобильные приложения для оплаты счетов и т.д. [5, 6, 7, 8].

Мобильный банкинг – управление счетами посредством мобильного телефона, планшета или смартфона. Сегодня все банки используют в своей деятельности данную финансовую инновацию. Инфомат телеприсутствия – специализированное устройство, позволяющее клиентам банка общаться с оператором посредством видеозвонка. Интернет-банкинг используют также все коммерческие банки.

Вышеперечисленные финансовые инновации созданы на базе новейших разработок в области техники и технологии, что позволяет сделать вывод о технологизации финансовых инноваций. Кроме того, все чаще кредитные организации внедряют и расширяют финансовые инновации, позволяющие обслуживать клиента дистанционно. Выполнение таких операций, как управление своими счетами, перевод денежных средств, платежи и ряд других возможны без посещения отделений кредитных организаций. Для этого необходимо лишь подключение к сети Интернет. Виртуализация финансовых инноваций приводит к изменению классического представления о кредитной организации. На смену классическим банкам с операционными офисами приходят либо офисы с инфоматами телеприсутствия, либо виртуальные кредитные организации.

Следует заметить, что виртуализация проявляется по двум направлениям: виртуализация рабочих мест; консолидация серверов.

Виртуализация рабочих мест предполагает, что сотрудникам не нужно передвигаться по офису. Кроме того, существенным достоинством является снижение риска по утечке информации.

Для снижения затрат на инфраструктуру, энергопотребление и администрирование кредитные организации используют консолидацию серверов. В виртуализации серверов есть один существенный недостаток:





когда из строя выходит один из компьютеров, то возникает риск потерять всю информацию, поэтому необходимо повышать качество IT-систем.

В настоящее время наблюдается усиление банковской конкуренции. Коммерческие банки вынуждены совершенствовать свои продукты, внедрять более прогрессивные структуры управления, поэтому финансовые инновации становятся основным орудием конкуренции на банковском рынке и важнейшим средством дифференциации продукта. В данных условиях существенное преимущество получают те кредитные организации, которые способны разрабатывать и внедрять новые технологии, модернизировать продуктовый ряд, разрабатывать альтернативные каналы обслуживания клиентов, то есть осуществлять инновационный процесс.

Активное внедрение финансовых инноваций ведет к повышению интенсивности конкуренции на банковском рынке и изменению ее характера. В частности, это проявляется в том, что происходит смена приоритетов в методах конкуренции: с ценовых методов акцент смещается на неценовые. В частности, коммерческие банки используют три группы неценовых методов конкурентной борьбы: дифференциация продуктов; методы стимулирования сбыта; методы рекламы и связи с общественностью. Для рекламирования своих новых продуктов коммерческие банки используют радио, телевидение и билборды.

Кроме того, внедрение финансовых инноваций меняет классическое представление о кредитной организации. Так, например, внедрение различных нововведений с использованием передовых достижений техники и технологии ведет к созданию виртуальных банков без сотрудников в операционном зале, а возможно, и без самого операционного зала. Таким образом, формируется новая банковская культура, неотъемлемым элементом которой является инновативность.

Таким образом, в настоящее время в развитии финансовых инноваций можно выделить следующие тенденции:

технологизация финансовых инноваций (все большее количество финансовых инноваций создаются с использованием новейших разработок в области техники);

виртуализация финансовых инноваций (наиболее активно внедряются финансовые инновации, которые позволяют коммерческим банкам предоставлять услуги дистанционно);

финансовые инновации становятся основным орудием конкуренции на банковском рынке, важнейшим средством дифференциации продукта;

активное внедрение финансовых инноваций ведет к повышению интенсивности и изменению характера конкуренции на банковском рынке;





инновативность становится элементом новой банковской культуры, изменяет классическое представление о кредитных организациях.

Список использованных источников:

1. Kolesnikov A.V., Zernova L.E., Degtyareva V.V., Panko Yu.V., Sigidov Yu.I. Global Trends Of The Digital Economy Development // Опцион. - 2020. - Т. 36. - № S26. - с. 523-540.

2. Мавряшин А.А., Зернова Л.Е. Современные банковские инновации и их особенности // Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса. – М. - 2019. - с. 107-110.

3. Мавряшин А.А., Зернова Л.Е. Банковские инновации и их классификация // Материалы Всероссийской научной конференции молодых исследователей – М. - 2018. - с. 82-84.

4. Зернова Л.Е. Современные банки: проблемы и пути совершенствования деятельности // монография – 2022 - 406с.

5. Смольская Е.П. Перспективы развития финансовых технологий, применяемых в банковской деятельности // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2021 - 2021. - с. 178-182

6. Еремин П.А. Понятие и классификация банковских инноваций // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2021. - 2021.- с. 53-55.

7. Еремин П.А., Зернова Л.Е. Развитие банковской системы России под влиянием инновационных технологий // Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса. – М. - 2022. - с. 30-34.

8. Еремин П.А. Анализ мировых трендов банковских инноваций // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2022). - 2022.- с. 77-81.

© Лу Юй, 2023





УДК 613.735:65.01

УЛУЧШЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

Лунева У.В., Политова Р.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Обслуживание клиентов спортивной индустрии на высоком уровне качества является одной из самых важных задач сотрудников предприятий. Обслуживание клиентов трактуется как направленная на удовлетворение потребностей клиентов система практических событий и трудовых процедур. От уровня качества обслуживания напрямую зависит настроение, впечатление о предприятии, удовлетворенность клиентов фитнес-услугой. Обеспечение высокого качества обслуживания клиентов фитнес-клуба (организации, предприятия) является одним из конструктивных образцов участия её в конкурентной борьбе на потребительском рынке улучшения и поддержания здоровья и формирования надёжных конкурентных достоинств. Основной бизнес-процесс оказания услуг высокого уровня качества в фитнес-клубе аналогично другим сферам сервиса имеет большую значимость для потребителя.

Значение спорта в поддержании состояния здоровья основной массой людей начинает осознаваться только при возможности его утраты или потери. Влияние на самочувствие в полной мере касается и оказания фитнес-услуг. В связи с руководством клиентами соотношением «цена-качество» в своем выборе полезных услуг для улучшения здорового статуса, уровень качества оказания фитнес-услуги формирует тариф (цену) на их оказание. Фитнес-клуб с требуемым обслуживанием получит положительные отзывы клиентов [1].

На примере организации фитнес-клуба «Бумеранг» предлагается рассмотреть возможности улучшения бизнес-процессов и как они влияют на прибыль организации.

Одним из основных видов деятельности компании «Бумеранг» является физкультурно-оздоровительная деятельность. Самой популярной услугой данной организации является посещение тренажерного зала. Поэтому нами выбран такой бизнес-процесс, как покупка абонемента в фитнес-клуб. Простая блок-схема представлена на рис. 1.





Для улучшения качества обслуживания важно проанализировать отзывы клиентов и исходя из них продумывать и внедрять мероприятия по улучшению работы фитнес-клуба.

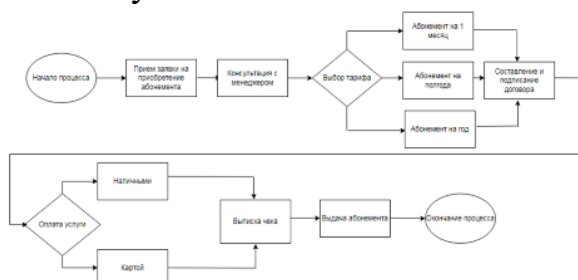


Рисунок 1 – Простая блок-схема основного бизнес-процесса оформления абонемента клиентам фитнес-клуба

Мною обобщены 122 отзыва посетителей фитнес-клуба «Бумеранг» на сайте Яндекс. На диаграмме представлен анализ отзывов на сайте Яндекс в процентном соотношении. Исходя из этой диаграммы можно сказать, что 95% всех посетителей довольны фитнес-клубом и ставят ему 5 звёзд, другие менее довольны, из них 15% посетителей ставят 4 звезды, остальные недовольны вовсе.

После анализа исследованных отзывов, можно сделать вывод о удовлетворении клиентов работой фитнес-клуба и персонала. Но также отмечаются некоторые недочеты в работе администраторов, над которыми необходимо работать. Клиенты часто жалуются на долгое время обслуживания оформления абонемента фитнес-клуба. Это зачастую сильно портит впечатление об организации. Для решения этой проблемы, мною предлагается мероприятие автоматизации учета результатов и улучшения бизнес-процесса с применением программы для автоматизации учета результатов работы фитнес-клуба Universe Фитнес.

«UNIVERSE-Фитнес» – компьютерная программа для фитнес-клубов, создана российской компанией Юниверс-Софт, предназначенная для автоматизации управления организацией, специализирующихся на спорте и здоровье. Возможности этой программы очень велики. С ее помощью упрощается работа ресепшена. Автоматизирование системы помогает обеспечить более быструю и клиентоориентированную работу. При сканировании карты участника клуба, администратору предоставляется полная информация о клиенте за считанные секунды [2].

Для совершенствования бизнес-процесса на сайте организации предлагаем добавить функцию онлайн-покупки различных фитнес-услуг. Психологически она станет одной из наиболее удобных функций сайта. Априори, возможность выбрать понравившийся тариф потенциальным клиентам, оставить заявку на приобретение абонемента и провести онлайн-оплату за абонемент удалённо, ускорит процесс приобретения абонемента.





Посетителю останется только прийти в фитнес-клуб для подписания договора и сразу пойти на тренировку [3].

Рассмотрев данные мероприятия по улучшению бизнес-процессов, стоит провести анализ, рассчитать и сделать вывод, настолько эффективны данные предложения по улучшению качества обслуживания.

С помощью текущей карты потока создания ценностей (рис. 2) и будущей карты потока создания ценностей (рис. 3) фитнес-клуба мы определим как данные мероприятия влияют на процесс оказания услуги, и какая экономия времени последует.

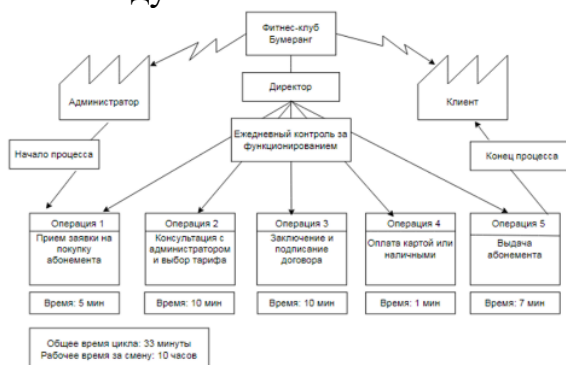


Рисунок 2 – Текущая карта потока создания ценностей фитнес-клуба

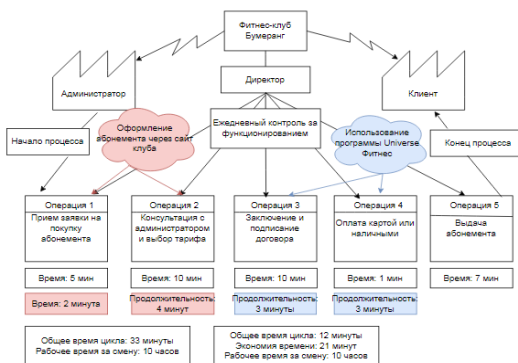


Рисунок 3 – Будущая карта потока создания ценностей фитнес-клуба

Общее рабочее время составляет 10 часов, из которых 30% времени администратор фитнес-клуба занимается оформлением абонементов, поэтому за день осуществляется примерно 10 циклов. Данные улучшения бизнес-процессов способствуют экономии времени в год на 1260 часов. Исходя из расчетов увеличение прибыли будет равно 147 000, что составляет 7,35% увеличения прибыли. Таким образом, предложенные мероприятия являются прибыльными. Улучшения бизнес-процессов фитнес-обслуживания привлечёт новых клиентов и расширит базу постоянных. В итоге повысится прибыльность и конкурентоспособность предприятия.





Список использованных источников:

1. Системы автоматизации работы спортклубов – URL: <https://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/40284/1/TPU403087.pdf> (дата обращения 01.05.2023)
2. Программа UNIVERSE-Фитнес – URL: <https://biznesplan-primer.ru/programma/fitnes-klub/universe-fitness> (дата обращения: 01.05.2023)
3. Создание сайта для фитнес-клуба – URL: <https://2dit.ru/sportsite/fitness/> (дата обращения: 02.05.3023)

© Лунева У.В., Политова Р.В., 2023

УДК 347.736

БАНКРОТСТВО ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

Лучининова К.В., Джавадов Т.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Клеван В.И.

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

Частным случаем прекращения деятельности компании является объявление о неплатежеспособности – ситуация, когда компания не в состоянии погасить кредитную задолженность, то есть задолженность по заработной плате и другие обязательные платежи. Процессуальные нормы банкротства физических лиц закреплены в Федеральном законе от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», а также Арбитражном процессуальном кодексе РФ как основном акте арбитражного процессуального законодательства. Исключительный характер дел о несостоятельности (банкротстве) означает, что признание должника банкротом возможно только в судебном порядке, то есть в арбитражном суде.

Инициировать дело о банкротстве юридического лица в Арбитражном суде можно при условии, что организация-должник имеет задолженность более 300 тыс. руб., просроченную более, чем на 3 месяца [1].

Ликвидация юридического лица в связи с банкротством преследует несколько целей. Первая – это вернуть долг кредиторам. Вторая – это помочь предприятию продолжить или восстановить свою деятельность. Ликвидация юридического лица в связи с банкротством состоит из





следующих процедур: наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление, процедура банкротства, мировое соглашение.

Наблюдение – это первый этап, который проводится для спасения имущества предприятия-должника. На этом этапе должно быть проанализировано финансовое состояние, подготовлены требования кредиторов и проведено их первое собрание. Наблюдение вводится по результатам рассмотрения Арбитражным судом заявления о признании хозяйствующего субъекта несостоятельным. После этого все дела, связанные с взысканием денежных средств, приостанавливаются по заявлению кредитора, в том числе приостанавливается взыскание имущества, снятие арестов и ограничений, связанных с ценностями должника. На этом этапе не допускается прекращение денежных обязательств зачетом встречного требования, так как это нарушит порядок удовлетворения требований кредиторов. Не допускается выплата дивидендов, доходов, а также распределение прибыли между участниками, а также не начисляются пени и иные санкции за неисполнение денежных обязательств и платежей, за исключением текущих [4].

Процедура банкротства естественным образом направлена на защиту интересов кредиторов. Однако, если предприятие-должник может пройти финансовое оздоровление и вновь включиться в хозяйственный оборот, то выигрывают от этого обе стороны. Поэтому финансовое оздоровление предусмотрено для восстановления платежеспособности компании, и направлено на то, чтобы помочь компании управлять долгами.

Финансовое взыскание может быть введено арбитражным судом по результатам наблюдения на основании решения собрания кредиторов или даже вопреки этому решению при наличии ходатайства о предоставлении гарантии исполнения обязательств должника. Срок данного этапа составляет не более двух лет и может привести к:

прекращению дела о банкротстве при отсутствии просроченной задолженности, а также признанию претензий кредиторов необоснованными;

введению конкурсной администрации при наличии возможности восстановления платежеспособности должника;

решению о признании общества банкротом и открытии производства по делу о банкротстве – при отсутствии оснований для внешнего управления [5].

Ликвидация и банкротство юридических лиц – это этап администрирования банкротства. Процедура внешнего управления предусмотрена, когда существует вероятность восстановления платежеспособности компании-должника. Она вводится арбитражным судом на основании решения собрания кредиторов. Максимальный срок





составляет 18 месяцев, и его можно продлить только на 6 месяцев. Данный этап ликвидации юридического лица в связи с банкротством предполагает:

прекращение полномочий руководителя должника (органов управления);

передачу управления делами должника внешнему управляющему;

передачу бухгалтерских документов, печатей и ценностей внешнему управляющему;

отмену ранее принятых мер по обеспечению требований кредиторов.

Конкурсное производство по ликвидации и банкротству юридических лиц призвано добиться того, чтобы каждый из бывших партнеров предприятия получил то, что ему положено по закону. Открытие производства по делу о банкротстве является результатом решения арбитражного суда о признании должника банкротом. Вводится на срок до 6 месяцев с возможностью продления по заявлению [2].

Одним из основных этапов процедуры банкротства юридического лица является формирование конкурсной массы, то есть всего имущества должника для его дальнейшей реализации. На данном этапе ликвидации юридического лица в связи с банкротством управляющий проводит инвентаризацию и оценку имущества должника. На счет организации зачисляются деньги, полученные от конкурсного производства. С этого же счета производятся платежи кредиторам. Управляющий представляет отчет об использовании средств в арбитражный суд и собранию кредиторов.

Мировое соглашение о ликвидации и банкротстве юридических лиц предусмотрено в случае прекращения дела о банкротстве по соглашению между должником и кредиторами. Мировое соглашение может быть заключено на любой стадии рассмотрения дела арбитражным судом. Оно заключается только в письменной форме и утверждается в суде. Если соглашение подписывается в ходе конкурсного производства, решение о признании должника банкротом и открытии производства по делу не подлежит исполнению. Важным юридическим аспектом мирового соглашения о ликвидации и банкротстве является невозможность одностороннего отказа от вступившего в силу документа.

Процедура банкротства представляется одним, но далеко не единственным способом решения проблемы задолженности. Решить проблему погашения задолженности можно, используя реструктуризацию долга. Законодательно установленный стимулирующий механизм для добросовестных должников состоит в сотрудничестве с судом, кредиторами и управляющим. Несомненно, необходима полноценная и правдивая информация [3]. Таким образом, институт банкротства, как значимый правовой институт, базируется на некоторых основаниях. Одной





из основных причин его возникновения и развития явилось, несомненно, очищение сферы предпринимательской деятельности или, так называемого экономического оборота, и его участников от негативных последствий стойкой невозможности исполнения обязательств со стороны контрагентов.

Одним из основополагающих допущений предпринимательской деятельности является ее непрерывный характер, что означает отсутствие намерений у лица, осуществляющего данную деятельность к ее прекращению. Поэтому, когда возникают стойкие затруднения в исполнении обязательств у одного из участников хозяйственного оборота образуется, с одной стороны необходимость устранения его из оборота с целью не нарушения непрерывности, а с другой стороны, целесообразность сохранения его в обороте, через использование стимулирующих механизмов, также представляется чрезвычайно важной.

Список использованных источников:

1. О несостоятельности (банкротстве). Федеральный закон РФ от 28.10.2002. № 43-ФЗ. Ст. 4190.

2. Ветрова Л.П. Банкротство юридических лиц: особенности применения законодательства // Закон и право. -2021. - № 12. – С. 96-101.

3. Москалева О.А. Категория неплатежеспособности в конкурсном праве России. – М.: Юрайт, 2021. – 280 с.

4. Павловский Д.Ю., Сотникова Л.В. Проблемы формирования российского правового института банкротства юридических лиц // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Право». 2022. – № 10. – С. 35-41.

5. Предпринимательское право. Правовое сопровождение бизнеса / Под ред. И. В. Дмитриевой. - М.: Инфра-М, 2021. - 304 с.

© Лучининова К.В., Джавадов Т.А., Клеван В.И., 2023

УДК 338.27

**ПРОИЗВОДСТВО И ПОТРЕБЛЕНИЕ ЭНЕРГИИ
ПО РЕГИОНАМ КИТАЯ**

**THE ENERGY PRODUCTION AND CONSUMPTION
BY REGION IN CHINA**

Лю Сюэяо

Белорусский государственный университет, Минск, Республика Беларусь

Energy is an important material basis for supporting national development and people's livelihoods. With the pursuit of efficient economic development





and a stable livelihood for the population, most countries and regions have to rely on energy to keep their societies running. In the case of China, energy flows across regions have become more frequent in recent years. Various projects for the cross-regional deployment of energy have been proposed and realised. It can be seen that energy production and consumption in different regions of China do not exist independently. Due to unbalanced resource endowments, China's energy production is concentrated in only a few regions. As for energy consumption, a complex combination of factors leads to regional differences. In this context, this paper studies the basic status of energy production and consumption by region as well as the energy deployment across regions in China by cluster analysis of primary energy production and consumption in each region [1, 2].

To understand the status of energy production and consumption by region in China, data on raw coal production, crude oil production, natural gas production, hydro, wind, nuclear and solar power generation as well as raw coal consumption, crude oil consumption and natural gas consumption in 30 regions of China in 2019 are collected and analyzed by two step cluster in terms of energy production and energy consumption respectively [3]. The results of analysis are shown in the figure 1.

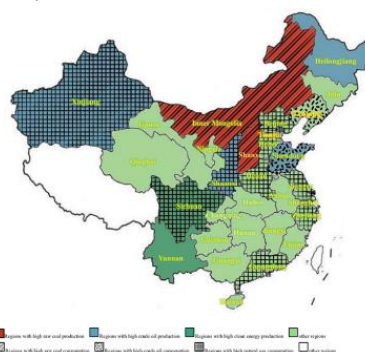


Figure 1 – The energy production and consumption by region in China

In terms of energy production, the resource endowment in China is unevenly distributed, with only a few regions possessing primary energy production capacity such as raw coal, crude oil and natural gas. The results from the cluster analysis of energy production show that Inner Mongolia and Shanxi are the major regions which produce raw coal in China. Inner Mongolia and Shanxi have the more outstanding raw coal production in the years studied compared to other regions. These two regions account for more than half of the total production of raw coal nationwide. And some regions of China have no coal resources at all. Coal resources have a severe regional tendency in China. These two regions do not show a clear advantage in the production of other primary energy sources other than raw coal. With regard to crude oil production, China faces the same situation where resource endowments are concentrated in a few regions. In China, Tianjin, Heilongjiang, Xinjiang, Shaanxi and Shandong





are the main crude oil producing regions. These regions accounts for 72.63% of the total crude oil production nationwide in the year under study. For crude oil, one third of China's regions have absolutely no production capacity. In many regions, there is no crude oil production for the year. Nowadays, raw coal and crude oil are still the main energy sources and, for many reasons, they are irreplaceable. People rely on raw coal, crude oil and their derivatives for the energy supply. The fact that the national energy demand is dependent on a small number of regions is a possible threat to the energy security of China. In addition, the transportation and deployment of energy over long distances is an indispensable regional collaboration as a result of unbalanced energy production. Ensuring a stable supply of energy to all regions and improving the efficiency of energy transportation are the primary challenges to national energy security presented by unbalanced resource endowments. While the transportation of natural gas over long distances requires more capital investment and technology than the transportation of raw coal, crude oil and their derivatives. The reason for this is the unbalanced production of natural gas among regions. The results of the cluster analysis show that Yunnan and Sichuan have significantly more natural gas production and hydro, wind, nuclear and solar power generation than other regions in the year studied. Natural gas, hydro power, wind power, nuclear power and solar power are all clean energy sources. These two regions have a strong foundation for clean energy development. In addition to their natural gas resources, they already have considerable experience in renewable energy development. According to the conclusions of the cluster analysis, the other regions not mentioned above have a small production of all primary energy sources. For all primary energy sources, it has become the norm that a few regions act as the main producers and supply energy to all regions of China. As can be seen, the energy producing regions, as the source of energy supply, are inevitably under enormous energy production pressures with continued industrialisation. Such pressures could force the energy producing regions have to ignore the local environment and the sustainable energy development. Furthermore, whether these regions rely primarily on their energy endowments for economic development and are to some extent caught in the industrial lock-in effect is also of concern for the national green economy transition [4].

In terms of energy consumption, China shows regional differences in the consumption of raw coal, crude oil and natural gas. Some regions should be given sufficient attention for their large consumption of raw coal, crude oil or natural gas. In particular, Inner Mongolia and Shanxi are clearly identified in the cluster analysis for their large raw coal consumption, while also being the main raw coal producing regions in China. Their combined raw coal consumption in the year studied exceeds one fifth of the total raw coal consumption nationwide.





The flow of raw coal from these two regions shows that some of the raw coal they consume is converted into other forms of energy through thermal power generation, heating supply and coal washing. The other part of the raw coal they consume is mainly devoted to industry. For these two regions, the consumption of raw coal by industry deserves special attention. On the one hand, these two regions could rely to a certain extent on the development of heavy industry related to the energy industry, and their development pattern and industrial structure, which is dominated by heavy industry, makes these two regions have a greater demand for energy. Industrial lock-in effects could occur in such regions. On the other hand, as traditional resource-based regions in China, they are well supplied with energy and are not constrained by energy shortages, and there can be energy wastage in their industry operations. In addition, Liaoning and Shandong show significantly larger crude oil consumption than other regions in the cluster analysis and not considerably smaller raw coal and natural gas consumption than the national average. Crude oil consumption in these two regions accounted for 35.87% of the total crude oil consumption nationwide in the same year. The flow of crude oil consumption from these two regions shows that crude oil is not directly consumed within the region, but is almost entirely processed and converted into derivatives. When considered in conjunction with the main sources of crude oil, Liaoning does not have the advantage in crude oil resources, it is only engaged in the processing and conversion. The volume of crude oil processed and converted in Liaoning and Shandong is even more than the volume of crude oil produced nationwide in that year. It means that Liaoning and Shandong, as energy processing sites, benefit from reliable and convenient transport to the crude oil producing regions, and also have unique access to imported crude oil resources. In addition, Beijing, Hebei, Jiangsu, Zhejiang, Tianjin, Henan, Shanghai, Guangdong, Sichuan, Shaanxi, and Xinjiang have the largest natural gas consumption compared to other regions in China. These regions accounted for more than half of the total natural gas consumption in China in that year. However, the flow of natural gas consumption in these regions is complex, involving not only energy conversion but also direct consumption from industry, agriculture and residential life.

Список использованных источников:

1. Jia J. L., Chu C. J., Zhao H. Y. Regional characteristics of Chinese energy consumption and correlation analysis // Environmental pollution and control. – 2014. – No 6 (36). – С. 100-105.
2. Dong M., Meng Q. M. Comparative analysis of the relationship between economic growth and energy consumption // Journal of Xian University of finance and economics. – 2012. – No 6 (25). – С. 49-54.





3. Ren Z. Y., Li Q. Quantitative analysis on the temporal and spatial differences of the energy production and consumption in China in the last 30 years // Acta geographica sinica. – 2008. – No 12 (63). – С. 1318-1326.

4. Lu Y. H. Study on the classifying regions in China by the energy consumption characteristics // China mining magazine. – 2016. – No 11 (25). – С. 35-42.

© Лю Сюэяо, 2023

УДК 314.74

К ВОПРОСУ О МИГРАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ В СТРАНАХ ЕВРОПЫ

Макаренко А.А., Панюсько А.С.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

Миграция населения в странах Европы является одной из наиболее актуальных и важных тем, затрагивающих многие аспекты жизни европейских государств. В нынешнюю эпоху глобализации, технического прогресса и политической нестабильности миграция населения стала ещё более острой и актуальной проблемой.

Миграция является одним из наиболее значительных социальных явлений нашего времени. На сегодняшний день насчитывается примерно 281 млн. международных мигрантов – 3,6% населения мира. Речь идёт о людях, которые живут и работают за пределами тех стран, где родились. Они переселяются в поисках лучшей жизни для себя и своих детей, вносят огромный вклад в развитие принимающих стран и стран своего происхождения [1].

Европа была местом назначения мигрантов на протяжении веков, волны миграции происходили из разных частей мира, включая Африку, Азию и Америку. Однако в последние годы в Европе наблюдается всплеск миграции, в основном из-за политической нестабильности, экономических трудностей и конфликтов в нескольких регионах мира.

Миграция интересовала различных авторов из разных областей, включая социологию, антропологию, политологию и географию.

Социолог Эверетт Ли (1966 г.) предложил теорию миграции, в которой выделяются факторы выталкивания и притяжения, влияющие на решения о миграции. По словам Ли, людей вытесняют из мест их происхождения такие факторы, как бедность, безработица, конфликты или политическое угнетение, и они тянутся к местам назначения, которые предлагают лучшие возможности, такие как экономическое процветание, свобода или социальные сети.





Антрополог Клиффорд Гирц (1973 г.) сосредоточился на социальных и культурных аспектах миграции, утверждая, что миграция является формой культурного распространения, которое формирует идентичность и значение как мигрантов, так и принимающего общества. Гирц подчеркнул важность изучения символических и ритуальных аспектов миграции, таких как роль религии, языка или этнической принадлежности в формировании сообществ мигрантов.

Политолог Мирон Вайнер (1996 г.) исследовал роль государственной политики и институтов в формировании моделей миграции. Вайнер утверждал, что миграция является не только реакцией на экономические или социальные факторы, но и результатом политических решений и действий государства. Например, миграционная политика, ограничивающая или облегчающая въезд мигрантов, может повлиять на размер, состав и направление миграционных потоков.

Географ Эдвард Релф (1976 г.) подчеркнул роль пространственных и экологических факторов в миграции, таких как доступность, наличие и качество природных ресурсов, инфраструктуры или транспорта. Релф утверждал, что миграция формируется физическими и культурными ландшафтами регионов происхождения и назначения и что эти ландшафты постоянно меняются под воздействием человеческих и природных факторов.

Понятие миграции населения в научной литературе определено различными авторами по-разному (табл. 1).

Таблица 1 – Сущность категории «Миграция». Разработано автором

Авторы	Определение
Российский энциклопедический словарь [2]	Миграция населения – перемещения людей, связанные, как правило, со сменой места жительства
Словарь С.И. Ожегова [3]	Миграция – это массовое «переселение, перемещение» людей.
Н.Н. Тоцкий [4]	Миграция – это перемещение по различным причинам людей через границу тех или иных территориальных образований в целях постоянного или временного места жительства
Е. Ю. Садовская [5]	Миграция – это передвижение населения через государственные границы, связанное с переменой места жительства и требующее внутригосударственного и межгосударственного регулирования

Таким образом, на основании вышеизложенных определений был сделан следующий вывод: миграция представляет собой сложное и многогранное явление, которое можно понимать с разных точек зрения. Теории и концепции, предложенные разными авторами, подчеркивают различные факторы, влияющие на решения о миграции, такие как экономические, социальные, культурные, политические и экологические факторы. Понимание этих факторов имеет решающее значение для разработки эффективной политики и мероприятий, которые могут решить проблемы и возможности миграции в глобализованном мире.

Для понимания сущности миграции необходимо классифицировать виды миграции, что позволит проследить её направленность. Классифицировать миграцию можно с помощью следующих критериев:





по правовому статусу – законная и незаконная;
по территориальному признаку – международная и внутренняя;
по мотивам – добровольная (трудовая: экономическая, профессиональная, воссоединение с семьей и вынужденная: беженцы и перемещенные лица);
по срокам – постоянная и сезонная;
по целям – поиск убежища, получение статуса беженца, воссоединение с семьей, «утечка умов», учебная и трудовая миграция.

Миграция включает различные формы движения населения, такие как эмиграция, иммиграция, беженство и транзитная миграция. Она имеет как положительные, так и отрицательные последствия для стран-приемников и стран-отправителей. Например, в Республике Беларусь многие выезжают за границу с целью улучшения качества жизни и поиска высокооплачиваемой работы, а это приводит к оттоку трудовых ресурсов и уменьшению экономического потенциала страны. В то же время, прибывающие в Беларусь мигранты могут столкнуться с проблемами адаптации и интеграции в новую среду (рис. 1).

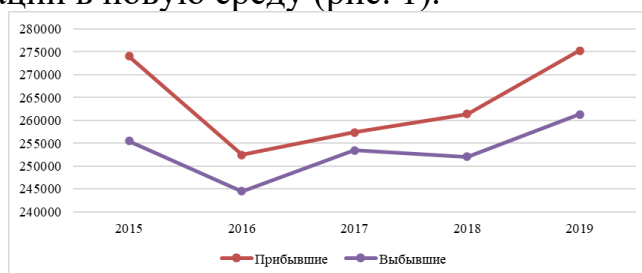


Рисунок 1 –Миграция населения, чел. Разработка автора на основании [6]

Из данных рис. 1 видно, что количество прибывших человек больше по сравнению с количеством выбывших, это свидетельствует о положительном сальдо миграции.

В Европе существуют различные модели миграции, которые отличаются по причинам, характеру и направлению движения мигрантов.

Одной из наиболее распространенных моделей миграции в Европе является трудовая миграция. Она связана с поиском работников на рынке труда и обычно происходит из стран с низким уровнем экономического развития в страны с высоким уровнем экономики. Такие мигранты часто имеют высокую квалификацию и способны успешно интегрироваться в новую среду.

Моделью миграции является беженская миграция. Она связана с вынужденным переселением людей из-за политических, социальных или экономических причин. Беженцы часто сталкиваются с трудностями при интеграции в новую среду, так как им необходимо адаптироваться к новому языку, культуре и образу жизни.





Также в Европе существует модель сезонной миграции. Она связана с переселением людей на определенный период времени для выполнения сезонных работ, например, в сельском хозяйстве или на строительных площадках. Такие мигранты часто не имеют возможности полноценно интегрироваться в новую среду и часто сталкиваются с дискриминацией и низким уровнем заработной платы.

Моделью семейной миграции является модель, когда люди переселяются вместе со своими близкими. Эта модель миграции часто связана с поиском лучшей жизни и возможностей для детей. Семейные мигранты часто успешно интегрируются в новую среду, так как они имеют поддержку своих близких.

В целом, модели миграции в Европе разнообразны и сложны, и связаны с различными причинами и условиями. Для успешной интеграции мигрантов необходимо учитывать их потребности и особенности каждой модели миграции.

В странах Европы наблюдаются разные тенденции миграции. Страны южного и восточного регионов Европы стали свидетелями наиболее значительного притока мигрантов, в то время как в северных и западных регионах Европы наблюдался более скромный рост миграции. Причины такой изменчивости многогранны, и все они играют роль экономических, политических и культурных факторов.

Важным аспектом изучения демографической ситуации является анализ внутренних миграционных процессов, которые оказывают значительное влияние на социально-экономическое развитие регионов.

Рассмотрим более подробно внутреннюю миграцию населения на примере Республики Беларусь. Внутренняя миграция в Республике Беларусь представляет собой перемещение населения в пределах страны с целью изменения места жительства или работы.

Большинство внутренних мигрантов в Беларуси составляют молодые люди, которые переезжают из сельской местности в городские центры в поисках работы и возможностей для получения образования. Основными причинами внутренней миграции являются поиск лучших условий жизни и работы, образования, семейные обстоятельства, изменение экономической ситуации в регионах и другие факторы.

На структуру миграции также повлияли региональные различия в экономическом развитии: в восточной части страны более развитые и процветающие города по сравнению с западной частью. Наибольшее количество мигрантов приходится на столичный город Минск и его пригороды, а также на крупные промышленные центры, такие как Гомель, Могилев, Витебск и др.





Внутренняя миграция имеет как положительные, так и отрицательные последствия. С одной стороны, она способствует развитию экономики и общества в целом, улучшению качества жизни населения, увеличению культурного обмена между регионами. С другой стороны, она может приводить к дисбалансу в развитии регионов, ухудшению экологической ситуации, увеличению социальных проблем и т.д.

Однако миграционная тенденция привела к демографическим диспропорциям, при этом в сельских районах наблюдается убыль населения и старение населения. В связи с этим, правительство Республики Беларусь проводит меры для стимулирования развития регионов и привлечения населения в них, что может помочь устранить дисбаланс и обеспечить равномерное развитие страны. Для регулирования внутренней миграции в Беларуси принимаются различные меры, такие как создание равных условий для развития регионов, поддержка малых и средних предприятий, развитие инфраструктуры и т.д.

В последние годы существуют следующие тенденции миграции населения в странах Европы:

1. Повышение потока мигрантов из стран Ближнего Востока и Африки в Европу. Это связано с конфликтами, бедностью и невозможностью обеспечить себе достойную жизнь в родной стране.

2. Увеличение числа мигрантов из Восточной Европы (Польши, Румынии, Болгарии) в западноевропейские страны. Это связано с различием в уровне экономического развития между регионами Европы.

3. Рост числа беженцев из стран Африки и Азии, которые пытаются пересечь Средиземное море, чтобы добраться до Европы.

4. Уменьшение количества мигрантов из Китая и Индии, поскольку в этих странах наблюдается экономический рост и увеличение возможностей для населения.

5. Растущая популярность программ для привлечения талантливых мигрантов, которые могут внести вклад в экономику и развитие страны.

Кроме того, в Европе все больше становится актуальным вопрос управления мигрантами, интеграции их в общество, а также противодействия нелегальной миграции.

Миграция населения продолжает оставаться серьёзной проблемой в Европе, и число мигрантов увеличивается из года в год. За последнее десятилетие в Европе произошла значительная миграция населения.

В последние годы масштабы международной миграции неуклонно растут: в 2020 году в мире было на 128 млн. больше мигрантов, чем в 1990 году, и в три раза больше, чем в 1970 году [1]. Это увеличение было вызвано несколькими факторами, включая экономические возможности, политическую нестабильность и экологические проблемы. Большинство





мигрантов в Европу прибывают из соседних стран, причем наибольшее их число прибывает из Африки и Ближнего Востока. Однако в последние годы наблюдается заметный рост миграции из Азии и Латинской Америки.

Резюмируя вышесказанное, можно сделать следующий вывод: миграция может принести значительные экономические, культурные и социальные выгоды принимающим странам, однако, она также создает серьезные проблемы, включая экономическую напряженность, социальную напряженность и политическую нестабильность. Таким образом, директивные органы должны тщательно учитывать последствия миграции и разрабатывать политику, которая уравнивает преимущества и проблемы, связанные с миграцией населения.

Список использованных источников:

1. Масштабы международной миграции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.un.org/ru/story/2022/02/1418252> – Дата доступа: 04.05.2023.

2. Российский энциклопедический словарь: В 2 кн. / Гл. ред. А.М. Прохоров. – М., 2001. – Кн. 1. – С.944.

3. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. 4-е изд. – М., 1998. – С. 355.

4. Тоцкий Н.Н. Введение в миграционное право. Миграционное право как подотрасль конституционного права Российской Федерации. Нормативные акты, регулирующие правоотношения с участием мигрантов. М.: Диалог МГУ, 1999.

5. Садовская Е.Ю. Миграция в Казахстане на рубеже XXI века: основные тенденции и перспективы. Алма-Ата, 2001.

6. Филипенко В.С. Национальная экономика Беларуси : для экономических специальностей [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / В.С. Филипенко, Т.В. Зглюй, А.С. Панюсько; УО "Полесский государственный университет". – Пинск : ПолесГУ, 2022. – 171 с.

© Макаренко А.А., Панюсько А.С., 2023

УДК 338.27

ОЦЕНКА ОСУЩЕСТВИМОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Макарецкая Т.Д., Сосонко Н.А.

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

В настоящее время в условиях ускоренного экономического развития, многие предприниматели стремятся расширить свой бизнес и увеличить прибыльность путем инвестирования в различные проекты.





Однако, не все инвестиционные проекты приносят желаемую прибыль, и не все из них являются рентабельными. Поэтому, оценка осуществимости инвестиционного проекта является критически важным этапом перед его реализацией. Это помогает минимизировать риски потери капитала и максимизировать потенциальную прибыль, что делает данную задачу актуальной для исследования.

Инвестиции – имущество и иные объекты гражданских прав, принадлежащих инвестору на праве собственности, позволяющем ему распоряжаться ими, вкладываемые инвестором с целью получения прибыли или достижения социально-экономического результата [1].

Инвестирование – действия инвестора по вложению инвестиций в производство продукции или их иному использованию с целью получения прибыли или достижению иного значимого результата [1].

Инвестиционный проект – комплекс мероприятий, предусматривающий осуществление инвестиций, подтверждаемый документами, обосновывающими условия и способы осуществления инвестиций, источники их финансирования, а также сроки проекта [1].

Оценка осуществимости инвестиционных проектов включает в себя две стадии: предварительная оценка осуществления проекта; проведение расчетов, подтверждающих доходность, рентабельность и безопасность инвестиционного проекта.

На первой стадии определяются возможности и перспективы выбранного объекта инвестиций, закладываются его жизнеспособность и инвестиционная привлекательность. На данном этапе происходит процесс исследования и обоснования возможностей реализации проекта, анализ его эффективности и оценка рынка. В процессе предварительной оценки осуществления проекта формируется инвестиционная идея и технико-экономическое обоснование проекта. Технико-экономическое обоснование проекта – обоснование эффективности и осуществления проекта на основе всех данных и факторов.

На второй стадии, после оценки осуществимости проекта проводятся расчеты, которые дают предварительную оценку его эффективности, безопасности и доходности. Существует две группы методов, с помощью которых можно провести расчеты и проанализировать эффективность проекта: статистические (простые или традиционные); динамические.

Статистические методы оценки просты для использования. Несмотря на их простоту, они дают возможность увидеть эффективность инвестиций наглядно, особенно на начальном этапе предварительных оценочных исследований. К статистическим методам оценки относят срок окупаемости инвестиций (PP) и метод расчета средней нормы прибыли (ARR) [2].





Срок окупаемости инвестиций – это показатель, который используется для оценки времени, необходимого для того, чтобы инвестиции начали окупаться или то время, которое необходимо, чтобы доходы от эксплуатации стали равны первоначальным инвестициям. Этот показатель измеряется в периодах времени, обычно в годах или месяцах. Он определяется как отношение общей суммы инвестиций к годовой или месячной чистой прибыли от этих инвестиций. Срок окупаемости инвестиций является одним из наиболее распространенных статистических методов оценки инвестиционных проектов. Он может использоваться для определения приемлемого уровня риска инвестиций, а также для сравнения различных инвестиционных проектов.

Период окупаемости отображает, что риск увеличивается вместе со сроком для возврата инвестируемой суммы. Однако, следует отметить, что этот метод оценки имеет ряд ограничений и не учитывает многие факторы, такие как денежный поток после срока окупаемости, общая прибыль от инвестиций, стоимость капитала и др. Поэтому, важно использовать срок окупаемости инвестиций в сочетании с другими методами оценки для получения более полной картины о рентабельности инвестиций.

Метод расчета средней нормы прибыли (ARR) показывает, какая часть инвестиционных затрат возвращается в виде прибыли в течение одного интервала планирования [2]. Расчет средней нормы прибыли является простым, что приводит к широкому использованию данного метода на практике. Средняя норма прибыли (ARR), определяется формулой: $ARR = \frac{PN}{\frac{1}{2}(I+RV)}$, где ARR – средняя норма прибыли, PN – прибыль после налогообложения, I – величина инвестиций, RV – ликвидационная стоимость.

Статические методы инвестиционной оценки не лишены недостатков. Один из главных недостатков статистических методов оценки состоит в том, что они предполагают статические условия, что может быть не реалистично в динамичных рыночных условиях. Например, статические методы могут не учитывать изменения в рыночной конкуренции, валютных колебаниях, инфляции и других внешних факторах, которые могут влиять на денежный поток инвестиционного проекта. Для расчетов берутся несопоставимые величины – сумма инвестиции в текущей стоимости и прибыль в будущей стоимости, что существенно искажает результаты расчетов, завышая сроки окупаемости и занижая коэффициент эффективности. Еще одним недостатком статистических методов оценки является то, что они не учитывают время и изменения денежного потока после срока окупаемости. Для оценки инвестиционных проектов с





долгосрочными целями и неопределенным периодом эксплуатации необходимо использовать более сложные динамические методы.

Динамические методы отличаются сложностью и необходимостью учитывать большое количество разных аспектов. Динамические методы оценки, могут учитывать изменения в условиях, изменения в денежном потоке и внешние факторы, что позволяет получить более точную оценку инвестиционных проектов. Обычно их используют для оценки инвестиционных проектов большой длительности, требующих дополнительных вложений по ходу их реализации [3].

Чистый дисконтированный доход (NPV) является наиболее значимым показателем для акционеров, поскольку он отражает непосредственное увеличение капитала компании. Положительное значение данного показателя является критерием принятия инвестиционного проекта. Если инвестору необходимо сделать выбор из нескольких проектов, то следует отдать предпочтение проекту с большей величиной чистого дисконтированного дохода. Отрицательное значение говорит о нецелесообразности принятия решения об инвестировании. $NPV = \frac{\sum CF_n}{(1+r)^n} - I$, где NPV – чистый дисконтированный доход, $\sum CF_n$ – сумма чистых денежных потоков, n – количество лет, r – коэффициент дисконтирования, I – первоначальные инвестиции.

Индекс рентабельности инвестиций (PI) рассчитывается по формуле: $PI = \frac{\frac{\sum CF_n}{(1+r)^n}}{I}$, где PI – рентабельность инвестиций, $\sum CF_n$ – сумма чистых денежных потоков, n – количество лет, r – коэффициент дисконтирования, I – первоначальные инвестиции.

Индекс рентабельности инвестиций является одним из показателей, используемых при оценке инвестиционных проектов. Он позволяет определить, насколько эффективен проект с точки зрения возврата инвестированных средств. В отличие от чистого дисконтированного дохода, индекс рентабельности инвестиций является относительным показателем, так как характеризует уровень дохода на единицу затрат, то есть эффективность капиталовложений. Чем больше значение этого показателя, тем выше отдача каждого рубля, инвестированного в данный проект. Если при расчете значение PI больше единицы, то проект следует принять, так как проект окупаем, то есть его доходность превышает затраты, если меньше – отвергнуть. Критерий имеет значение при выборе проекта из нескольких с одинаковыми показателями NPV, но с разными объемами требуемых вложений [3].

Внутренняя норма доходности (IRR) – это значение ставки дисконтирования, при котором чистый дисконтированный доход проекта равен нулю. Другими словами, внутренняя норма доходности показывает,





какая должна быть среднегодовая доходность проекта, чтобы он был финансово привлекателен. Расчет этого коэффициента необходим для того, чтобы определить максимально допустимый уровень расходов по проекту. Математическое определение внутренней нормы доходности предполагает решение относительно внутренней нормы доходности следующего уравнения: $NPV = \frac{\sum CF_n}{(1+IRR)^n} - I = 0$, где IRR – внутренняя норма доходности, $\sum CF_n$ – сумма чистых денежных потоков, n – количество лет, NPV – чистый дисконтированный доход, I – первоначальные инвестиции.

Например, если проект финансируется за счет кредита от коммерческого банка, то внутренняя норма доходности показывает критическую верхнюю границу уровня банковской процентной ставки, превышение которой будет делать инвестиционный проект убыточным. Внутренняя норма доходности позволяет сравнить эффективность проекта с альтернативными вариантами инвестирования средств и выбрать наиболее привлекательный вариант.

Метод расчета дисконтированного срока окупаемости (DPP) инвестиций состоит в определении того срока, который понадобится для возмещения суммы первоначальных инвестиций. Если же сформулировать суть этого метода, то он предполагает вычисление того периода, за который сумма денежных поступлений нарастающим итогом сравняется с суммой первоначальных инвестиций. Формула расчета дисконтированного срока окупаемости имеет вид: $DPP = \frac{I}{\frac{\sum CF_n}{(1+r)^n}}$, где DPP – дисконтированный

срок окупаемости, $\sum CF_n$ – сумма чистых денежных потоков, n – количество лет, r – коэффициент дисконтирования, I – первоначальные инвестиции.

Дисконтированный срок окупаемости не имеет недостатков статического метода расчета срока окупаемости, поскольку учитывает стоимость денег во времени.

Использование статистических и динамических методов при оценке проектов позволяет учитывать сложные факторы, которые могут влиять на успех проекта в будущем. Такие методы позволяют проводить анализ рисков и прогнозировать потенциальные результаты на основе данных и динамики развития рынка. Кроме того, применение статистических и динамических методов может помочь в поиске оптимальных стратегий инвестирования и планировании бизнес-процессов в рамках инвестиционного проекта. Таким образом, оценка осуществимости инвестиционных проектов является важным этапом в процессе инвестирования, который помогает принимать обоснованные решения на основе количественной оценки возможных рисков и потенциальных доходов, а также обеспечивает максимальную эффективность вложений.





Список использованных источников:

1. Теслюк Л.М. Оценка эффективности инвестиционного проекта [электронный ресурс] // Методы оценки эффективности инвестиционного проекта – Режим доступа: <https://elar.urfu.ru/bitstream//teslyk>. – Дата доступа: 09.05.2023.

2. Бурса И.А. Инновационно-инвестиционный анализ и оценка проекта [электронный ресурс] // Система показателей оценки эффективности долгосрочных инвестиций – Режим доступа: <https://kubsau.ru/trends/analizproekta>. – Дата доступа: 09.05.2023.

3. Козловская З.Н. Анализ и менеджмент проекта [электронный ресурс] // Методы оценки эффективности инвестиций – Режим доступа: <https://rep.bntu.by/handle/data/5774/analizimenejmentproekta>. – Дата доступа: 09.05.2023.

© Макарецкая Т.Д., Сосонко Н.А., 2023

УДК 338.2

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Максименко А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Кубанский государственный
аграрный университет имени И.Т. Трубилина», Краснодар*

Сегодня на современном рынке любая компания должна постоянно следить за требованиями своих потребителей и изменениями в экономических условиях. Рост конкуренции и появление новых инновационных подходов и технологий предъявляют все более высокие требования к бизнес-моделям компаний. Одним из ключевых методов для развития и модернизации своей бизнес-модели стало применение цифровых технологий, таких как большие данные (Big Data), искусственный интеллект (AI), блокчейн и интернет вещей (IoT).

Специалисты в области экономики рассматривают важность цифровых технологий в изменении бизнес-моделей компаний в разных отраслях экономики. Некоторые из них представлены в работе Махкамова Г.М., где описаны основные компоненты, необходимые для изменения бизнес-моделей и управления изменениями, а также для создания ценности для потребителей [1].

Развитие технологии Big Data стало одним из ключевых показателей, которые многие компании используют для создания более эффективных и точных стратегий рекламы, анализа рынка конкуренции, анализа новых





производственных методов и многого другого. Применение языков программирования искусственного интеллекта также позволяет автоматизировать многие производственные процессы, а также обрабатывать и анализировать большие объемы данных.

Технология блокчейн используется для обеспечения безопасности в сфере финансовых транзакций, а также для защиты интеллектуальной собственности компаний от несанкционированного доступа. В области IoT решений, компании могут оптимизировать работу производственных механизмов, контролировать логистические операции и повышать уровень удовлетворенности клиентов новыми продуктами и услугами.

Однако, для успешного применения цифровых технологий в бизнес-моделях, компании должны внимательно анализировать характеристики своей отрасли и потребности своих клиентов. Как и в любой сфере, применение цифровых технологий связано с некоторыми рисками, такими как кибератаки, утечки данных и ошибки в программном обеспечении. Поэтому, компании должны принимать меры по защите своих данных, обеспечивать безопасность информационных систем и контролировать качество программного обеспечения.

Инвестирование в квалификацию персонала и профессиональное развитие стало неотъемлемой частью успешного внедрения цифровых технологий в бизнес-модели компаний. Сотрудники обучаются новым программам и программированию, а также становятся более компетентными в управлении данными и анализе данных, что позволяет компаниям легко приспособиться к быстро меняющейся рыночной ситуации [2].

Использование цифровых технологий в бизнес-моделях компаний является необходимым трендом в настоящее время, который позволяет повысить эффективность и конкурентоспособность компаний. Однако, компании должны учитывать потребности своих потребителей, риски и особенности своей отрасли, чтобы успешно реализовать свои цели в использовании цифровых технологий для формирования бизнес-моделей. Исследование основано на теоретически-аналитическом обзоре современных инновационных подходов для формирования бизнес-моделей на основе цифровых технологий. Оценка критериев проводилась на базе принципов генерации ценности и управления знаниями, а также методов и инструментов организации бизнеса с использованием цифровых технологий. Для анализа выбраны ключевые технологии: большие данные (Big Data), искусственный интеллект (AI), блокчейн и интернет вещей (IoT).

Хотя цифровые технологии еще только начинают расцветать, они уже смогли потрясти рынок и вызвать изменения в традиционных моделях





бизнеса. Например, большие данные (Big Data) могут быть использованы для анализа маркетинговых тенденций и поведения потребителей, что позволяет предпринимателям принимать информированные решения. Искусственный интеллект (AI) может использоваться для анализа больших объемов данных для прогнозирования будущих сценариев или для автоматического управления бизнес-процессами. Технология блокчейн может быть использована для регистрации транзакций и создания надежной цепочки поставок в определенной отрасли. Конечно, цифровые технологии для формирования бизнес-моделей требуют большой уверенности, но компаниям, которые готовы внедрить такие инновации, может быть выгодно использовать их для снижения издержек увеличения конкурентоспособности и стимулирования роста компаний.

Большие данные (Big Data) – это такая технология, которая позволяет компаниям обрабатывать и анализировать большой объем информации в кратчайший срок. С точки зрения бизнеса, это означает, что компания имеет возможность быстро адаптироваться к изменениям на рынке и формировать бизнес-модели на основе актуальных данных.

Применение методов искусственного интеллекта (AI) также может повысить конкурентоспособность компании. Инструменты искусственного интеллекта могут использоваться для оптимизации процессов, выявления потребительских предпочтений, персонализации предложений и повышения уровня удовлетворенности клиентов.

Блокчейн – это еще одна цифровая технология, которая имеет огромный потенциал для создания новых бизнес-моделей. Децентрализация и защита данных блокчейн-технологии позволяют компаниям создавать распределенные базы данных, уменьшать риски потери или изменения информации, а также применять умные контракты.

Интернет вещей (IoT) – это еще одна технология, которая становится все более популярной среди компаний. Использование IoT может создать новые возможности для создания бизнес-моделей, связанных с оптимизацией процессов, сокращением времени доставки, улучшением качества услуг и созданием новых продуктов.

Однако, следует отметить, что применение цифровых технологий не является панацеей для всех проблем бизнеса. Каждая компания должна проанализировать их применимость к своим процессам и формировать индивидуальные стратегии роста. Кроме того, использование цифровых технологий требует значительных инвестиций и подходящей квалификации персонала, что не всегда доступно для малых и средних предприятий.

Существует множество примеров успешных применений цифровых технологий в бизнесе. Некоторые компании используют искусственный





интеллект и аналитику данных для прогнозирования спроса на свои товары и услуги, оптимизации логистики и управления производственными процессами. Другие компании используют технологию блокчейн для повышения защиты конфиденциальных данных и улучшения процессов финансовых транзакций [3].

Цифровые технологии также используются для улучшения коммуникации и взаимодействия с клиентами. Одним из примеров является использование интернет-маркетинга и социальных сетей для привлечения и удержания клиентов. Компании также могут использовать чат-боты и виртуальных ассистентов для улучшения качества обслуживания клиентов и решения их проблем в быстром режиме.

Использование цифровых технологий также может ускорить процессы разработки новых продуктов и услуг. Компании могут использовать технологию 3D-печати для быстрого создания прототипов и моделей, что позволяет существенно сократить время создания новых продуктов и привести их на рынок быстрее, чем конкуренты.

Однако, помимо всех преимуществ, применение цифровых технологий также сопряжено с некоторыми рисками. Например, развитие технологии блокчейн может привести к тому, что несколько компаний станут ключевыми игроками в отрасли, что приведет к нарушению конкуренции. Кроме того, использование технологий безопасности информации может привести к потере данных или к нарушению конфиденциальности пользователей.

В целом, применение цифровых технологий является важным шагом к успеху в современном бизнесе. Однако, для достижения успеха, компании должны выбирать индивидуальный подход к использованию технологий в своих бизнес-моделях и учитывать все риски, связанные с этими технологиями. Компании также должны инвестировать в профессиональное развитие своих сотрудников, чтобы обеспечить уровень квалификации, необходимый для эффективного использования цифровых технологий.

Список использованных источников:

1. Махкамова Г.М. Интегративная модель развития малого и среднего бизнеса на основе финансовой инклюзии и цифровых инновационных финансовых технологий / Г.М. Махкамова // Цифровизация как новый тренд в кризисной циклической экономике России в рамках развития и расширения ЕАЭС : Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 29–30 сентября 2021 года / Под ред. чл.-корр. РАН В.А. Цветкова, к.ф.-м.н., доцента К.Х. Зоидова.. – Москва: Федеральное государственное





бюджетное учреждение науки Институт проблем рынка Российской академии наук, 2021. – С. 96-109. – EDN AWRIYR.

2. Фатхуллин Б.Э. Обеспечение конвергентной интеграции управленческих процессов, процедур и сервисов на основе облачно-цифровых бизнес-моделей инновационной деятельности / Б. Э. Фатхуллин // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. – № 1-1. – С. 207-209. – EDN RWMJUT.

3. Хюзиг С. Подход анализ потенциала прорыва цифровых бизнес-моделей на основе радикальных инноваций / С. Хюзиг, Г. И. Гумерова, Э. Ш. Шаймиева // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2019. – № 8(42). – С. 135-142. – EDN XBFEJS.

© Максименко А.А., 2023

УДК 332.122.6

СВОБОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ И ИХ МЕСТО В МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Максимук-Супрунович И.В., Паршутич О.А.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

Для того чтобы обеспечить странам способность конкурировать друг с другом в ближайшем будущем необходимо использовать конкурентные преимущества в определённых отраслях народного хозяйства на различных уровнях.

Развитие национальных отраслей промышленности во многом будет определяться государственной политикой, которая будет давать направления на создание благоприятных условий для осуществления инновационной деятельности, защиту внутреннего рынка, повышения конкурентоспособности производимой на территории страны продукции. Развитие отраслей хозяйства, которая производит продукцию так же и с целью её экспорта, стимулируют такие инструменты как льготное кредитование и налогообложение, предоставление государственных гарантий под внешнее финансирование экспортного производства, предоставление инвесторам определённых льгот и привилегий, содействие государства в продвижении отечественной продукции на внешнем рынке.

В решении данных вопросов особая роль отводится так называемым территориальным структурам, получившим собирательное название «свободные (специальные) экономические зоны» (СЭЗ), которые наиболее эффективно применяют представленные инструменты в своей деятельности.





Актуальность данной темы обосновывается необходимостью развития международных связей Беларуси, новых рыночных форм свободного предпринимательства, также участие различных регионов в разделении труда, чему призваны способствовать существующие и перспективные свободные экономические зоны, следует всячески способствовать расширению использования инструмента свободно экономической зоны, изучить способы повышения эффективности функционирования свободных экономических зон.

Для дальнейшего исследования анализируемой темы необходимо иметь чёткое представление о сущности категории «свободная экономическая зона». Для этого мы обратились к различным источникам.

Размышляя над определением СЭЗ, профессор К.А. Семенов заметил: «Из этого определения видно, что свобода обособленной части государственного пространства является не абсолютной, а относительной. Свободной эта территория является лишь в том смысле, что ввезенные на нее товары освобождаются от таможенных пошлин, налогов на импорт и других видов контроля над импортом, которые в соответствии с таможенным законодательством страны применяются в отношении импортируемых товаров на другие территории этой страны. Это означает, что товары, ввозимые в СЭЗ из-за границы, не декларируются как ввоз на территорию принимающей страны. Но в то же время законы не освобождают товаровладельцев и инвесторов от существующего экономического правопорядка, а лишь облегчают его. В связи с этим свободные экономические зоны, как верно заметил академик Е. Авдокушин, следовало бы именовать не свободными, а специальными экономическими зонами» [1].

В настоящем Законе Республики Беларусь описано следующее определение: свободная экономическая зона – часть территории Республики Беларусь с определенными границами, в пределах которой в отношении резидентов этой свободной экономической зоны устанавливается и действует специальный правовой режим для осуществления ими инвестиционной и предпринимательской деятельности [3].

Наиболее конкретную формулировку термина даёт «Большой экономический словарь», который определяет СЭЗ как ограниченную часть национально-государственной территории, на которой действуют особые льготные экономические условия для иностранных и национальных предпринимателей (льготы таможенного, арендного, налогового, визового, трудового режима и т.д.), что создает условия для развития промышленности и инвестирования иностранного капитала [2].





Подытожим. Единого строго установленного определения СЭЗ – нет. Но все они так или иначе сводятся к определённым выводам: во-первых, СЭЗ – это неотъемлемая часть страны; во-вторых, на данной территории действует целая система льгот; в третьих, «свободной» зона является только в смысле освобождения от пошлин, налогов на импорт и прочих видов контроля за импортом; в-четвертых, быть резидентом СЭЗ не значит абстрагироваться от существующего экономического правопорядка.

Цели создания, свободных экономических зон варьируются в широких пределах в зависимости от экономических, социальных, иногда политических условий той или иной страны. Задачи, которые ставят перед собой государства, создавая СЭЗ, неоднозначные. Одни государства пытаются решать с помощью СЭЗ проблемы конкретных регионов, связанные с ожидаемой безработицей, низким уровнем экономико-социального развития, защитой интересов как производителей, так и потребителей. В других странах свободные экономические зоны используются в общественных интересах в качестве интегративного экономического механизма, эффективного средства накопления и распространения передового зарубежного опыта хозяйствования и управления, повышения конкурентоспособности собственного производства. Но чаще всего ставятся обе задачи.

Более конкретные задачи можно было бы объединить в три крупных блока: экономический, социальный и научно-технический [4].

На 01.01.2021 г. количество зарегистрированных резидентов свободных экономических зон Республики Беларусь было 440, действующих из них 429, или 97,5%. Из них 72 предприятия (или 17%) в СЭЗ «Брест», 69 предприятия (или 16%) в СЭЗ Гомель-Ратон, 113 предприятий (или 26%) в СЭЗ Минск, 54 предприятия (или 13%) в СЭЗ Витебск, 46 предприятий (или 11%) в СЭЗ Могилев, 75 предприятий (или 17%) в СЭЗ Гродноинвест (рис. 1).

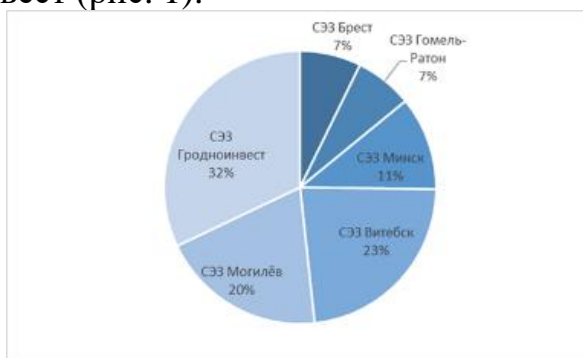


Рисунок 1 – Количество действующих резидентов на 01.01.21 г., %

В то же время по состоянию на 01.01.2022 г. в РБ было зарегистрировано 432 предприятий-резидентов СЭЗ. Из них действующих резидентов 419 предприятия-резидента, или 96,9%. Из них 70 предприятий





(или 17%) в СЭЗ «Брест», 68 предприятия (или 16%) в СЭЗ Гомель-Ратон, 111 предприятий (или 26%) в СЭЗ Минск, 54 предприятия (или 13%) в СЭЗ Витебск, 45 предприятий (или 11%) в СЭЗ Могилев, 71 предприятия (или 17%) в СЭЗ Гродноинвест (рис. 2).



Рисунок 2 – Количество действующих резидентов на 01.01.2022 г.

Как показатель эффективности работы СЭЗ можно рассматривать объем привлеченных инвестиций в основной капитал. Инвестиции в СЭЗ в 2021 году составляли 5,2% от объема инвестиций в основной капитал в Республике Беларусь. То есть их объем был значительный. В целом по шести СЭЗ в 2021 г. объем инвестиций составил 1556,7 млн. руб., т.е. в сравнении с 2020 г. увеличился в 1,16 раза.

Основными странами-инвесторами Беларуси являются Российская Федерация, Германия, Великобритания, Польша, США (рис. 3) [6].

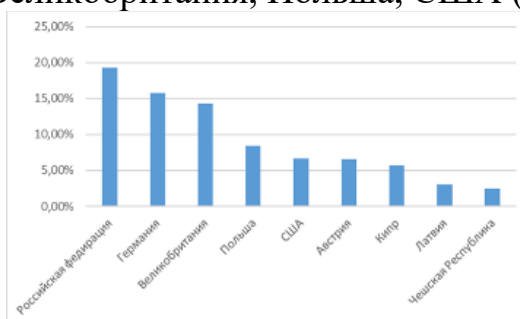


Рисунок 3 – Доля основных стран-инвесторов в СЭЗ Беларуси от общего объема накопленных инвестиций

Предприятия СЭЗ в основном ориентированы на обрабатывающую промышленность 86%, а в оставшиеся 14% составляют торговля; деятельность в сфере операций с недвижимым имуществом; транспортная деятельность; сельское, лесное и рыбное хозяйство; профессиональная, научная и техническая деятельность; строительство; деятельность в сфере административных и вспомогательных услуг [6].

Общая выручка от реализации товаров, продукции, работ и услуг в 2021 г. у резидентов СЭЗ выросла на 40,6% до 29,479 млрд. бел. руб. Наибольший прирост по этому показателю показала СЭЗ «Минск» (+46,8%), наименьший – «Брест» (+27,4%).





Прямые иностранные инвестиции на чистой основе за 2021 г. снизились на 9,1% до 279,3 млрд. долл.

Объем производства промышленной продукции, работ, услуг промышленного характера, в фактических ценах вырос на 43,1% до 27,654 млрд. бел. руб.

Совокупный экспорт товаров резидентов СЭЗ вырос на 40,6% до 8,32 млрд. долл., в свою очередь, экспорт услуг сократился на 4% до 56,843 млн. долл. [6].

Проведенный выше анализ эффективности шести белорусских СЭЗ, как территорий со специальным правовым и таможенным режимами, показал, что они в своих регионах стали подлинными «точками роста», содействуют активизации научно-технического обмена, позитивно влияют на внешнеторговый баланс не только регионов, но и страны.

Однако существуют определенные причины, которые с той или иной степенью значимости препятствуют динамичному развитию СЭЗ в Беларуси.

К общим вопросам можно отнести следующие: отсутствие механизма функционирования каждой конкретной зоны; отсутствие программы создания и развития СЭЗ в Республике Беларусь. Помимо глобальных проблем можно выделить следующие проблемы: валютное регулирование, страховое и банковское регулирование, а также источники финансирования СЭЗ.

Для эффективного функционирования СЭЗ необходимо выполнение ряда условий:

утверждения государственными органами программы развития данной СЭЗ с определением задач, которые данная зона должна решить в интересах республики;

делегирования вышестоящими органами управления региональному и зональному руководству, а также отдельным хозяйствующим субъектам прав в области хозяйственно-экономической и финансовой деятельности;

наличия крупного акционерного общества; специального залогово-страхового инвестиционного фонда; банка зоны.

Подводя итоги, можно сказать, что СЭЗ имеют большое значение в реализации открытости национальной экономики не только на уровне всего мира, но и конкретно Республики Беларусь. Практика использования этой новой для нас формы деятельности показала в целом позитивные результаты. Однако не стоит исключать наличие проблем в их функционировании, исправление которых выведет СЭЗ и белорусскую экономику на новый уровень.





Список использованных источников:

1. Васильев Л. СЭЗ: мифы и действительность. / Л. Васильев// Биржевые ведомости. - 2003. - № 1-2.
2. Свободная экономическая зона [Электронный ресурс] / Геоэкономический словарь-справочник – Режим доступа: https://1321.slovaronline.com/478-свободная_экономическая_зона. – Дата доступа: 01.05.2023
3. О свободных экономических зонах [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 7 дек. 1998 г., № 213-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 13.06.2016 // Нац. Интернет-портал Респ. Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2006..
4. Кравчук, В.И. Свободные экономические зоны: теоретические подходы к формированию и развитию в XXI Веке / В.И. Кравчук // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2015. – № 7 (79). – 10 с.
5. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>. – Дата доступа: 03.05.2023
6. Стреж, В. Белорусские СЭЗ в контексте мирового опыта / В. Стреж, В. Пархименко // НАУКА И ИННОВАЦИИ. – 2011. – . – № 6 (100). – С. 54-58

© Максимук-Супрунович И.В., Паршутич О.А., 2023

УДК 658.5.011

МЕТОДЫ АНАЛИЗА АКТИВНЫХ ОПЕРАЦИЙ ПАО ВТБ

Максудхожаева Х.Э.

Научный руководитель Макарова Н.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Коммерческие банки, выполняя разнообразные функции и операции вступают во взаимоотношения с Центральным Банком, другими коммерческими банками, физическими и юридическими лицами, а также корпоративными клиентами предлагая полный спектр услуг. Активные операции обеспечивают доходность, но, тем не менее обладают высокой степенью риска. Проблема между доходностью и рискованностью активных операций решается в Российском банковском секторе на протяжении 25 лет.





Наиболее распространенными видами активных операций коммерческого банка являются операции с ценными бумагами, кредитные, расчетно-кассовые операции и операции по инвестированию средств. Основу активных банковских операций составляют кредиты, именно они, не смотря на свой высокий риск являются для коммерческого банка наиболее привлекательными, так как составляют главный источник их доходов. Особенно актуально для банков осуществлять управление портфелем банковских кредитов, минимизируя риски и удовлетворяя потребности клиентов по осуществлению данного вида операций. Повышение эффективности в управлении рисками зависит от методики, используемой при осуществлении анализа кредитоспособности заемщика и управлении совокупным кредитным портфелем [1, с. 68].

Проведение анализа операций коммерческого банка, которые приводят к укрупнению средств клиентов и собственных средств банка предполагает проведение анализа и оценку состояния и состава статей актива бухгалтерского баланса банка, их качества и экономической результативности при использовании и позволяет нам выявить тенденции динамики в изменении структуры средств, возможные позитивные сдвиги и вероятные рискованные события.

Рассмотрим подробно методику проведения анализа операций коммерческого банка, которые приводят к укрупнению средств клиентов и собственных средств банка коммерческого банка.

1. Проведение анализа операций коммерческого банка, которые приводят к укрупнению средств клиентов и собственных средств банка начинают с определения изменений в их структуре. Динамику в изменении структуры можно проанализировать при помощи проведения горизонтального и вертикального анализа.

Проведение вертикального анализа показывает структуру средств коммерческого банка, когда суммы по отдельным статьям или разделам берут в процентах к валюте баланса коммерческого банка.

При проведении горизонтального анализа определяют относительные и абсолютные изменения величин различных статей баланса коммерческого банка за определенный период [2, с. 160]. Проведение вертикального анализа показывает структуру средств коммерческого банка, когда суммы по отдельным статьям или разделам берут в процентах к валюте баланса коммерческого банка. Необходимость проведения вертикального анализа обусловлена тем, что переход к относительным показателям позволяет проводить межхозяйственные сравнения экономического потенциала и результатов деятельности банков, различающихся по величине используемых ресурсов и другим объемным показателям; относительные показатели в определенной степени





сглаживают негативное воздействие инфляции, которые затрудняют сопоставление показателей в динамике.

При проведении горизонтального анализа определяют относительные и абсолютные изменения величин различных статей баланса коммерческого банка за определенный период [3, с. 160].

Проведение вертикального и горизонтального анализа актива бухгалтерского баланса банка позволяет выявить динамику в изменении в распределении агрегированных статей баланса коммерческого банка как в динамике, так и во внутренней структуре операций коммерческого банка, которые приводят к укрупнению средств клиентов и собственных средств банка, и определить, за счет каких операций уменьшилась (увеличилась) прибыльность коммерческого банка, выявить динамику в изменении приоритетов в деятельности коммерческих банков.

При выявлении структуры размещения ресурсов коммерческого банка применяют метод группировок. Виды проведения группировок зависят от целей анализа и осуществляют по следующим признакам:

- а) проведение группировки по видам операций;
- б) проведение группировки по периодам размещения;
- в) проведение группировки по степени способности реализовать активы;
- г) проведение группировки по степени вероятности наступления рискованного события;
- д) проведение группировки по влиянию на уровень доходности коммерческого банка [4, с. 102].

Далее представим виды статей актива бухгалтерского баланса банка по периодам размещения:

деление на текущие статьи актива баланса банка – статьи актива баланса банка до востребования, которые возвращают по первому требованию кредитора;

деление на срочные статьи актива баланса банка – средства, которые размещены банком на определенный период [4, с. 163].

2. Анализ рискованности статей актива бухгалтерского баланса коммерческого банка. Как уже говорилось ранее, банковская деятельность в целом более значительно подвержена вероятным рискованным событиям – кредитному, процентному, валютному, фондовому и т.д. Для оценки вероятности наступления рискованного события, все статьи актива баланса банка делят на пять групп вероятности наступления рискованного события, для каждой из которых установлено значение коэффициента вероятности потери стоимости. Эта группировка и порядок расчета суммы статей актива бухгалтерского баланса коммерческого банка, взвешенных с учетом вероятности наступления рискованного события, установлены Банком России.





По данному направлению анализа составляют и заполняют таблицу, которая будет представлена во второй главе выпускной квалификационной работы, отражающую группы статей актива бухгалтерского баланса коммерческого банка по вероятным рисковым событиям, удельный вес статей актива бухгалтерского баланса банка и динамика. По данному направлению анализа составляют и заполняют таблицу, отражающую группы статей актива бухгалтерского баланса банка по вероятным рисковым событиям, удельный вес статей актива бухгалтерского баланса коммерческого банка и динамику.

3. Анализ желаемого уровня доходности статей актива бухгалтерского баланса банка можно назвать, важнейшим направлением анализа качества управления статьями актива бухгалтерского баланса банка, поскольку тренд к повышению их уровня доходности, а значит, доходов и прибыли коммерческого банка, можно назвать, основной целью его деятельности. По данному направлению проведения анализа составляют и заполняют таблицу, которая будет представлена во второй главе выпускной квалификационной работы, отражающая группы статей актива бухгалтерского баланса банка по желаемому уровню доходности, удельный вес статей актива бухгалтерского баланса банка и динамика.

Статьями актива бухгалтерского баланса банка, приносящими основной доход, в российских коммерческих банках можно назвать, среднесрочные и краткосрочные ссуды, средства, которые вложены в операции с ценными бумагами, операции с валютой.

Анализ операций коммерческого банка, которые приводят к укрупнению средств клиентов и собственных средств банка, предполагает изучение и оценку состояния и состава статей актива бухгалтерского баланса банка, качества статей актива бухгалтерского баланса банка, экономической результативности при использовании статей актива бухгалтерского баланса банка. Проведение анализа начинают с проведения анализа структуры и динамики операций коммерческого банка, которые приводят к укрупнению средств клиентов и собственных средств банка, статей актива бухгалтерского баланса банка. Представлены формулы расчета коэффициентов экономической результативности и желаемого уровня доходности операций коммерческого банка, которые приводят к укрупнению средств клиентов и собственных средств банка.

На данный момент существует множество методов определения кредитоспособности заемщика, но не один из них нельзя назвать наиболее эффективным. Каждый банк использует различные способы и комбинирует разные методики, совершенствует их под особенности конкретного банка на основе оценки внешних и внутренних факторов. При кредитовании физических лиц чаще всего используется скоринговый





метод оценки кредитоспособности. Данный метод в основе содержит тест, который состоит из ряда вопросов позволяющих составить характеристику заемщика.

Наибольшее распространение в практике российских коммерческих банков получило использование метода оценки финансовой устойчивости клиента на основе системы финансовых коэффициентов, которые объединяются, как правило, в четыре группы: коэффициенты ликвидности (платежеспособности); коэффициенты финансовой независимости (рыночной устойчивости); коэффициент оборачиваемости; коэффициенты рентабельности. При данном методе важно учитывать особенности каждого заемщика в конкретной ситуации, а также оценивать характеристики, их приоритетность и количество показателей.

Следующий метод, используемый для оценки анализа кредитоспособности заемщика, – это анализ денежного потока. Он основывается на фактических показателях, которые характеризует оборот средств в отчетном периоде. Этим данный метод отличается от метода оценки кредитоспособности клиента на основе системы финансовых коэффициентов, расчет которых строится на сальдовых отчетных показателях.

Используя любой метод оценки кредитоспособности, особое внимание всегда следует уделять кредитной истории заемщика. Именно он характеризует своевременность и регулярность оплаты его предыдущих займов [5, с. 113].

Список использованных источников:

1. Лаврушин О.И. Банковский менеджмент. М.: Кнорус, 2022. – 553с.
2. Лаврушин О.И. Роль кредита и модернизация деятельности банка в сфере кредитования: монография / О. И. Лаврушина. – М.: КНОРУС, 2022. – 267 с.
3. Леонович Т.И. Управление рисками в банковской деятельности: учебный комплекс/Т.И. Леонович. – Минск: Дикта, Мисанта, 2021. – 136 с.
4. Макарова Н.С. Надежность коммерческого банка и рейтинговые системы ее оценки: Монография / Н. С. Макарова – М: Дашков и К°, 2013. – 194 с.
5. Макарова Н.С. Совершенствование методов оценки кредитоспособности заемщика – основа управления кредитными рисками: Монография / Н. С. Макарова – М.: Дашков и К°, 2013. – 192 с.

© Максудхожаева Х.Э., 2023





УДК 338.22

ПРАКТИКА ПЛАНИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Малекова Д.М., Горский А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Инновации всегда сопровождали развитие общества, и сегодня они стали неотъемлемой чертой экономики. Они необходимы для изменения философии компании, для обнаружения новых источников конкурентных преимуществ и для создания инновационной культуры.

Йозеф Шумпетер был первым экономистом, который ввёл понятия «нововведение» и «инновация» и связал их с темпами экономического развития. Он трактовал инновации как любое возможное изменение, происходящее вследствие коммерческого использования новых или усовершенствования существующих решений технического, технологического и организационного характера в процессах производства, снабжения, сбыта продукции.

Организационные и управленческие инновации в наше время очень важны и не стоит их недооценивать. Во-первых, они повышают адаптивность компании к изменениям в бизнес-среде: конкурентное давление, социальные требования и общественные ожидания и т.д. Во-вторых, они приводят к разрешению определенных внутрикорпоративных конфликтов, связанных с отношениями между владельцами, менеджерами и сотрудниками, формирование соответствующей корпоративной культуры, участие специалистов низкого уровня в принятии стратегических решений и т.д. В-третьих, в ряде случаев успех продуктовых и процессных инноваций зависит от внедрения сопутствующих организационных и управленческих инноваций [1].

Планирование инноваций – это система расчетов, направленная на выбор и обоснование целей инновационного развития организации и подготовку решений, необходимых для их безусловного достижения. В рамках интегрированной системы менеджмента подсистема планирования выполняет следующие семь частных функций [2]:

1. Целевая ориентация всех участников. Благодаря согласованным планам частные цели отдельных участников и исполнителей ориентированы на достижение генеральных целей инновационной программы или организации в целом.

2. Перспективная ориентация и раннее распознавание проблем развития. Планы всегда ориентированы в будущее и должны базироваться





на обоснованных прогнозах развития ситуации. План намечает желаемое в будущем состоянии объекта и предусматривает конкретные меры, направленные на поддержку благоприятных тенденций или сдерживание отрицательных.

3. Координация деятельности всех участников инноваций. Координация осуществляется как предварительное согласование действий при подготовке планов и как согласованная реакция на возникающие помехи и проблемы при выполнении планов. В процессе планирования инноваций используются четыре основные формы координации: распорядительная, инициативная, программная и бюджетная.

Распорядительная форма координации выражается в директивном утверждении плановых документов, обязательных для исполнения всеми участниками инновационных процессов. Инициативная форма координации выражается в добровольном и осознанном согласовании действий менеджеров и всех участников в пределах делегированных им полномочий и общих плановых ограничений. Программная координация осуществляется в форме установленных каждому участнику частных плановых заданий в соответствии с общим планом работ по инновационной программе. Бюджетная форма координации осуществляется при разработке планового бюджета в виде ограничений по материальным, трудовым и финансовым ресурсам, выделяемым каждому участнику.

4. Подготовка управленческих решений. Планы представляют собой наиболее распространенные в инновационном менеджменте управленческие решения. При их подготовке проводится глубокий анализ проблем, выполняются прогнозы, исследуются все альтернативы и производится экономическое обоснование наиболее рационального решения. Планирование вносит высокий уровень экономической обоснованности и рациональности в систему менеджмента в организации.

5. Создание объективной базы для эффективного контроля. Планы устанавливают желаемое или требуемое состояние системы на определенный период времени. Их наличие позволяет производить объективную оценку деятельности организации путем сравнения фактических значений параметров с планируемыми по принципу «факт-план».

6. Информационное обеспечение участников инновационного процесса. Планы содержат важную для каждого участника информацию о целях, прогнозах, альтернативах, сроках, ресурсных и административных условиях проведения инновации. Устойчивость системы планирования позволяет обеспечивать эффективную актуализацию информации благодаря своевременным контролю и корректировкам плановых заданий.





7. Мотивация участников. Успешное выполнение плановых заданий, как правило, является объектом особого стимулирования и основанием для взаимных расчетов, что создает действенные мотивы для продуктивной и скоординированной деятельности всех участников. Значимость отмеченных частных функций подсистемы планирования делает ее важнейшей составляющей системы менеджмента в организации. В процессе планирования осуществляются обоснованный выбор основных направлений инновационной деятельности для организаций в целом и для каждой структурной единицы; формирование программ исследований, разработок и производства инновационной продукции; распределение программ отдельных заданий по отдельным отрезкам времени и закрепление за исполнителями; установление календарных сроков проведения работ по программам; расчет потребности в ресурсах и распределение их по исполнителям на основе бюджетных расчетов [2].

Кроме этого, планирование требует четкого определения целей инноваций. Они должны поддаваться измерению, быть увязаны с общей корпоративной стратегией и содержать руководящие принципы для участников инновационного процесса. Такими целями могут быть:

повышение конкурентоспособности и завоевание новых рынков за счет разработки новых продуктов или улучшение существующих;

снижение производственных затрат за счет внедрения новых технологий;

увеличение количества новых продуктов, которые будут выводиться на рынок, и т.д.

Все мы знаем про компанию «Яндекс». Она присутствует практически во всех сферах нашей жизни: поисковая система, различные сервисы: доставка еды, такси, и многое другое. В ближайшие годы компания планирует внедрить в нашу жизнь «беспилотное такси», которое тестируется уже сейчас. Также она уже адаптировала «Яндекс.Такси» для незрячих людей и планирует сделать то же самое для других основных сервисов. Кроме того, с 2021 года на улицах Москвы можно заметить роботов-курьеров, которые, как и люди, могут доставлять продукты. Правда, пока они могут функционировать в пределах нескольких кварталов города [3].

Таким образом, инновационная деятельность в организации очень важна. Как писал М.В. Ливанский: «успешная реализация запланированных проектов обеспечивает жизнеспособность организации», так как сегодня деятельность предприятий невозможна без инноваций [4]. Это подтверждается развитием компании «Яндекс», которая действительно создает технологии и инновации, чтобы приносить пользу людям в их повседневной жизни.





На примере ПАО «Газпром» можно рассмотреть его инновационную деятельность, под которой подразумевается «Программа инновационного развития ПАО «Газпром» до 2025 года». Цель Программы инновационного развития – постоянное повышение технологического уровня ОАО «Газпром» для поддержания позиций технологического лидера в мировом энергетическом бизнесе. Приоритетом инновационной деятельности является достижение наибольшей эффективности по таким направлениям, как поддержание высокого уровня запасов, добыча углеводородов, обеспечение надежности поставок, конкурентоспособность, инвестиционная привлекательность и планирование развития компании [5].

Инновационная деятельность очень важна на предприятии, так как в современных условиях успешная деятельность предприятий невозможна без инноваций. Это подтверждается развитием предприятия ОАО «Газпром», где повышению эффективности производства способствуют нововведения. ОАО «Газпром» имеет высокий потенциал для увеличения объема работ, что позволит планировать дальнейшее внедрение новых технологий.

Список использованных источников:

1. Nazif, Emine. (2019). Innovation planning. Vilnius University Open Series. 49-54. 10.15388/OpenSeries.2019.18403. https://www.researchgate.net/publication/342203621_Innovation_planning
2. Мехедов С.В. Планирование инновационной деятельности организации. 2017. <https://files.scienceforum.ru/pdf/2018/3321.pdf>
3. Инновационная деятельность компании «Яндекс» <https://yandex.ru/company/technologies>
4. Ливанский М. В. Инновационный менеджмент. М., МГУДТ, 2011, с. 50.
5. Инновационная деятельность ПАО «Газпром» <https://www.gazprom.ru/about/strategy/innovation/>

© Малекова Д.М., Горский А.А., 2023





УДК 336.22

НАЛОГОВЫЕ ДОХОДЫ БЮДЖЕТА: СТРУКТУРА, ДИНАМИКА, ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Малыхина Е.А.

Научный руководитель Егорова Л.Э.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

«Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», Абакан

В настоящее время изучение формирования и использования федерального бюджета стало особенно актуальным. Федеральный бюджет представляет собой форму образования и расходования денежных средств, является центральным элементом в финансовой системе любого государства, главным средством мобилизации и расходования ресурсов страны. Он предназначен для обеспечения задач и функций, отнесенных к предметам ведения Федерации.

Осуществление перераспределения валового внутреннего продукта и национального дохода в рамках всего государства происходит через федеральный бюджет. Это значит, что он играет важную роль в экономическом развитии страны. Бюджетные расходы направляются на реализацию социальных программ, инфраструктурных проектов и других приоритетных направлений, что способствует улучшению уровня жизни населения и повышению экономической эффективности регионов.

Изучение федерального бюджета является важной задачей не только для экономистов, но и для всех граждан. Люди должны понимать, какие задачи и функции финансируются за счет бюджетных средств, и как используются налоговые поступления. Поэтому, чтобы улучшить качество управления федеральным бюджетом, необходимо проводить его анализ и оценку, а также повышать прозрачность бюджетного процесса.

В нашей стране федеральный бюджет является одним из важнейших инструментов воздействия на экономику. Он позволяет государству финансировать структурную перестройку, стимулировать развитие важных секторов экономики и обеспечивать социальную поддержку наименее защищенным слоям населения. Кроме того, бюджет может использоваться для решения политических задач, таких как поддержка определенных регионов или отраслей экономики.

Влияние федерального бюджета на экономику может быть как положительным, так и отрицательным. Например, правительство может выделить дополнительные средства на развитие инфраструктуры или научно-технического прогресса, что способствует росту экономики и улучшению качества жизни граждан. Однако, если бюджетные средства





расходуются неэффективно или вводятся нерациональные ограничения на экономическую деятельность, это может привести к замедлению экономического роста и ухудшению условий жизни населения.

Бюджетная система Российской Федерации обеспечивает функционирование государства с федеративным устройством и по своей структуре состоит из трёх уровней: федеральный, региональный и местный.

Важным этапом бюджетного процесса страны является организация исполнения бюджета. Федеральный бюджет исполняется по расходам, доходам и источникам финансирования дефицита. Доходы бюджета делятся на налоговые и неналоговые.

По сведениям Министерства финансов Российской Федерации были использованы в табл. 1 данные об исполнении федерального бюджета.

Таблица 1 – Показатели исполнения федерального бюджета в 2019-2022 годах [2]

Показатель	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
ВВП	109 608,3	107 658,2	135 295,0	151 455,6
Доходы	20 188,8	18 719,1	25 286,4	27 824,0
В % к ВВП	18,4	17,4	18,7	18,4
Нефтегазовые доходы	7 924,3	5 235,2	9 056,5	11 586,2
В % к ВВП	7,2	4,9	6,7	7,6
Ненефтегазовые доходы	12 264,5	13 483,8	16 229,9	16 237,8
В % к ВВП	11,2	12,5	12,0	10,7

По данным таблицы можно сделать вывод, что за 2019-2022 года доля доходов к ВВП равна 17,4-18,7%.

По итогам 2022 года по сравнению с 2021 годом наблюдается уменьшение доли доходов федерального бюджета по отношению к ВВП на 0,3 процентного пункта – с 18,7% в 2021 году до 18,4% в 2022 году.

В 2022 году наблюдается снижение ненефтегазовых доходов по отношению к ВВП на 1,3 процентного пункта, что может быть связано с несколькими факторами. В частности, в 2021 году поступили ряд платежей, которые не были получены в 2022 году, включая нерегулярные доходы, такие как доходы от продажи акций ПАО «Сбербанк» и возмещения вреда водным объектам от АО «НТЭК». Кроме того, сокращение объемов импорта из-за действующих ограничений также привело к снижению поступлений налогов и сборов, связанных с импортом.

Однако, следует отметить, что поступление основных внутренних налогов, таких как внутренний НДС и налог на прибыль, значительно выросло в абсолютном выражении. Это свидетельствует о том, что хотя общий объем ненефтегазовых доходов снизился, некоторые внутренние налоги продолжают расти.

В целом, снижение ненефтегазовых доходов может оказать негативное влияние на экономику России, поэтому важно принимать меры





для увеличения поступлений. Это могут быть меры по стимулированию экспорта, улучшению инвестиционного климата и уменьшению налогового бремени.

Как правило, для выполнения своих задач государству необходимы ресурсы, которые будут направляться на финансирование бюджетных расходов государства.

Налоги составляют основную часть доходов федерального бюджета Российской Федерации и только при условии поступления налогов, государство имеет возможность реализовать на практике весь заложенный в него функционал.

В формировании налоговых доходов бюджета существует проблема прогнозирования доходов федерального бюджета.

В своих заключениях Счетная палата неоднократно указывала на необходимость более точного прогнозирования показателей, принимаемых при расчете доходов федерального бюджета, и предлагала Правительству РФ поручить федеральным органам исполнительной власти разработать и утвердить методики проведения прогнозных расчетов доходов федерального бюджета.

Неоднократно отмечалось, несмотря на согласование формы методики с Минфином России, в данных методиках содержатся различные подходы к расчету одних и тех же видов источников доходов.

Важным решением является формирование стимулов к повышению собираемости налогов. Так, с 19 октября 2020 года стать самозанятым можно во всех регионах России. Формально режим называется «Налог на профессиональный доход». Самозанятый уплачивает 4% в отношении доходов, полученных от реализации товаров или услуг физлицам, и 6% – в отношении доходов, полученных от реализации товаров или услуг ИП и юрлицам.

Необходимо ввести прогрессивную шкалу налогообложения, с учётом региональных особенностей, сферы деятельности организации. Данное направление налоговой политики может оказать содействие в поддержании равновесия в экономической среде, стабилизации экономики после введения антироссийских санкций [3].

Таким образом, государство активно использует доходы федерального бюджета как инструмент бюджетной политики, функциональную систему внутри бюджетной системы и денежные средства. Несмотря на нестабильность показателей, самыми стабильными являются сами доходы, что обеспечивает устойчивость всей бюджетной системы в целом, а не только федеральному бюджету.





Список использованных источников:

1. Папело В.Н., Голошевская А.Н. Бюджетная система РФ [Текст]: учебное пособие / В.Н. Папело, А.Н. Голошевская – Новосибирск: изд-во СИУ РАНХиГС, 2014. – 224 с.

2. Солнцева Л.А., Борзенкова А.И., Ермолаева Д.И. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2022 год [текст]: Расширенная коллегия Министерства финансов Российской Федерации / Солнцева Л.А., Борзенкова А.И., Ермолаева Д.И. – Москва – 2023. – 134 с.

3. Пахомова, Н. В. Рекомендации по совершенствованию структуры налоговых поступлений в бюджет Российской Федерации / Н. В. Пахомова. – [текст] // Молодой ученый. – 2022. – № 24. – С 490.

© Малыхина Е.А., 2023

УДК 331.5

**АНАЛИЗ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ ХАКАСИЯ
ЗА ПЕРИОД С 2019 ПО 2022 гг.**

Малыхина Е.А.

Научный руководитель Юдинцева Л.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

«Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», Абакан

Существует два основных типа рынков в экономике: рынок товаров и услуг и рынок факторов производства. На рынках товаров и услуг фирмы предлагают свою продукцию, а домашние хозяйства составляют спрос на нее.

Рынки факторов производства включают в себя рынок земли, рынок труда и рынок капитала.

Один из ключевых рынков экономики – это рынок труда, где наёмные работники и работодатели обмениваются услугами труда за заработную плату.

Рынок труда реализуется через государственную, коммерческую службы занятости, а также непосредственно через кадровые службы предприятий и учреждений или напрямую между работником и работодателем.

Количество и качество труда имеет прямое влияние на процесс производства и выпуск товаров и услуг на рынке, возможности расширения производства и производства продукции высокого качества.





Договор найма, трудовой договор или трудовой контракт – это результат удовлетворения взаимных интересов работников и работодателей.

Непрерывное движение на рынке труда связано с происходящими социально-экономическими процессами, которые напрямую зависят, в первую очередь, от демографической ситуации в стране. Данные процессы связаны с динамикой различных половозрастных групп, количеством заключаемых браков и совершаемых разводов, уровнями рождаемости и смертности, составом семей, средним числом детей в семье и другими показателями.

На рынке труда реализуется возможность: свободного выбора профессии, отрасли и места деятельности, поощряемого приоритетными предложениями; найма и увольнения при соблюдении норм трудового законодательства, защищающего интересы граждан в плане гарантий занятости, условий труда, его оплаты; свободного движения заработной платы и других доходов при сохранении приоритета квалификации и образования, соблюдении установленного законом гарантированного минимума зарплаты, обеспечивающего прожиточный минимум; независимой и вместе с тем экономически поощряемой миграции трудовых ресурсов между регионами, отраслями и профессионально-квалификационными группами, которой обычно сопутствует улучшение условий жизни и трудовой деятельности, чему способствует наличие высокоразвитых, повсеместно доступных населению рынков высококачественного жилья, потребительских товаров, культурных и духовных ценностей.

По сведениям Федеральной службы государственной статистики были взяты и использованы в табл. 1 данные о распределении численности занятого и безработного населения Республики Хакасия за период 2019-2022 гг.

Таблица 1 – Распределении численности занятого и безработного населения Республики Хакасия за 2019-2020 гг., тыс. человек [1]

	2019		2020		2021		2022	
	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.
Занятые	118,7	112,4	114,7	105,1	122,4	115,8	126,3	120,5
Безработные	8,3	6,5	9,6	11,3	7,9	8,3	4,7	3,8

Исходя из представленных данных, можно сделать следующие выводы. За период с 2019 по 2022 гг. наблюдается рост занятого населения к 2022 году, количество работающих мужчин равно 126,3 тыс. человек, а женщин 120,5 тыс. человек. Увеличение занятого населения в 2022 году может быть связано увеличением рабочих из-за мобилизации части мужского населения.





В 2020 году количество работников среди мужчин и женщин уменьшилось на 4 тыс. человек и на 7,3 тыс. человек соответственно, что связано с пандемией COVID-19.

К 2020 году количество зарегистрированных безработных заметно уменьшилось, люди заняли освободившиеся рабочие места. Почти 4,5 тысяч женщин и 3,2 тысяч мужчин смогли устроиться на работу в 2022 году.

По материалам интерактивного портала службы занятости Республики Хакасия были взяты и использованы в табл. 2 данные о численности безработных граждан и уровень регистрируемой безработицы в разрезе городских округов и муниципальных районов Республики Хакасия.

Таблица 2 – Ситуация на рынке труда Республики Хакасия [3]

	Безработные граждане, состоящих на учете, чел.		Уровень регистрируемой безработицы, %	
	2021 г.	2022 г.	2021 г.	2022 г.
Городской округ				
Абакан	1194	888	1,4	1,0
Саяногорск	533	417	2,0	1,5
Черногорск	395	263	1,3	0,8
Абаза	122	134	1,8	1,8
Сорск	61	62	1,2	1,2
Муниципальный район				
Алтайский	147	113	1,3	0,9
Аскизский	371	273	2,3	1,6
Бейский	186	166	2,4	1,7
Боградский	318	236	5,0	3,0
Орджоникидзевский	208	152	4,4	2,4
Таштыпский	289	244	4,4	3,1
Усть-Абаканский	339	275	1,8	1,4
Ширинский район	189	177	1,7	1,4

Исходя из представленных материалов, можно сделать следующие заключения. По данным табл. 2 можно заметить, что в целом по всем городским округам и районам уровень безработицы в 2022 году по сравнению с 2021 годом снизился или остался на том же месте.

Наибольшее количество безработных находится в столице Республики Хакасия, в Абакане, наименьшее – в Сорске. Однако доля безработных от общей численности трудоспособного населения наибольшая в Саяногорске и Абаза, что связано со структурными изменениями в экономике этих муниципальных образований.

Коэффициент напряженности на рынке труда в 2022 году составил 0,6, а в 2021 году – 0,9. На данный момент Республика Хакасия занимает 55 место в рейтинге российских регионов по уровню безработицы. Самый большой уровень безработицы замечен в Ингушетии, равен 28,4 [2].

В целях повышения трудовой мобильности граждан служба занятости информирует о вакансиях, размещенных на Единой цифровой платформе в сфере занятости и трудовых отношений «Работа в России». На 01.09.2022 на портале размещены 2,5 млн. вакансий, из них 272 тыс.





вакансий с предоставлением жилья, 128 тыс. вакансий с графиком работы вахтовым методом.

Список использованных источников:

1. Официальная статистика: занятые [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://clck.ru/34MCCN> (дата обращения: 05.05.2023).

2. Рейтинг российских регионов по уровню безработицы [Электронный ресурс] // РИА Новости. – URL: <https://ria.ru/20230227/bezrobotitsa-1853624257.html> (дата обращения: 07.05.2023).

3. Ситуация на рынке труда на 01.09.2022 [Электронный ресурс] // Интерактивный портал службы занятости Республики Хакасия. – URL: <https://zankhakasia.ru/Documents/Detail/17403dbc-d314-4468-af1c-a00f28c11fa9/> (дата обращения: 05.05.2023).

© Малыхина Е.А., 2023

УДК 338:316

УПРАВЛЕНИЕ ПОВЕДЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Малюкова В.А., Нефедова Л.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

В современном обществе, когда большая часть деятельности компаний и их покупателей переместилась в интернет, понимание поведения потребителей в информационном пространстве, и, в частности, в социальных сетях как никогда важно для бизнеса.

Поведение потребителей в социальных сетях имеет ряд особенностей, которые отличают его от поведения в других каналах коммуникации. К наиболее существенным характеристикам можно отнести:

1. Чувствительность к социальному влиянию. Потребители в социальных сетях часто ориентируются на мнение других людей. Они могут рассматривать отзывы, публикуемые другими пользователями, как рекомендации или же просто источники информации.

Большую значимость имеет мнение о товаре у медийных личностей, блогеров. Большая часть пользователей социальных сетей имеет в своих подписках личностей, чьё мнение они считают авторитетным. Мы проявляем высокую степень доверия к этим персонам, тем самым





инфюенсеры могут так или иначе повлиять на наше мнение о том или ином товаре или услуге как у потенциальных потребителей.

Своим примером блогер может не только формировать знание о предмете рекламы, но и потребность в нем, показывая, как продукт улучшает реальную жизнь и какие эмоции дарит товар, который они хотят «порекомендовать» своим зрителям.

2. Быстрота распространения информации. Информация в социальных сетях распространяется очень быстро, и это может повлиять на мнение потребителей о товаре или услуге. Негативный отзыв, опубликованный в социальных сетях, может быстро распространиться и нанести ущерб репутации бренда.

3. Персонализация. Социальные сети позволяют потребителям настраивать свою ленту новостей и получать информацию, которая соответствует их интересам. Это повышает вероятность того, что потребители видят рекламные сообщения, которые соответствуют их запросам.

4. Влияние эмоций. Несмотря на миллионы лет развития абстрактного и критического мышления, люди все еще полагаются на эмоции при принятии решений. Независимо от проведенного анализа информации и выделенных плюсов и минусов товара, решение о покупке определяется в большей степени действием одной из самых ранних зон мозга. Именно поэтому маркетологам очень важно понимать эмоции клиентов [1].

Понимание этих особенностей поведения может помочь компаниям разработать более эффективные стратегии продвижения продукта/организации и стратегии управления репутацией в социальных сетях.

Анализ поведения потребителей в социальных сетях в 2022 году представлен на рис. 1.

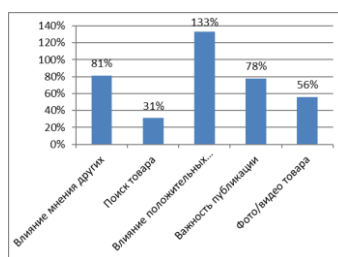


Рисунок 1 – Анализ поведения потребителей в социальных сетях в 2022 г.

Исследование выявило, что 81% решений потребителей о покупке зависит от сообщений их друзей, отзывов и мнений влиятельных лиц в социальных сетях. При этом 66% потребителей были вдохновлены на покупку нового бренда после того, как увидели изображения других потребителей в социальных сетях. Около 31% потребителей говорят, что





используют социальные сети для поиска новых товаров для покупки. А 78% потребителей утверждают, что публикации компаний в социальных сетях влияют на их покупки [2].

Анализ показывает, что конверсия увеличивается на 133%, когда мобильные покупатели перед покупкой видят положительные отзывы о продукте/услуге или организации.

Так же 56% потребителей считают, что при совершении покупок в Интернете сейчас на них больше влияют изображения и видео из социальных сетей, чем до пандемии [2].

Исходя из собранной выше статистики можно сделать вывод, что пользовательские привычки изменились в сторону использования социальных сетей для покупок по рекомендациям других людей, известных брендов и инфлюенсеров.

Развитие социальных сетей также принципиально изменило подход к рекламе и сделало возможным воздействие на потребителя инструментов маркетинга влияния, который активно использует продвижение продукта (в широком смысле) через лидеров мнений. Люди устали видеть обычную рекламу. Уже достигнут критический уровень информационного шума, вместе с тем потребители стали более искушёнными и пресыщенными той самой «рекламой со звёздами».

Маркетинг влияния – это более деликатный способ донести до потребителей то же самое рекламное сообщение: «я звезда, я выбираю бренд N, я рекомендую попробовать». Содержание остается прежним, а вот форма подачи меняется. И это полностью переворачивает восприятие рекламного сообщения. Рекламное сообщение присутствует, но оно замаскировано так, что не вызывает отторжения у аудитории, подаётся ненавязчиво, в доверительном тоне [3].

Работая с лидером мнений, компания задействует сразу несколько маркетинговых механизмов:

Селебрити-эффект. Блогеры сегодня популярнее телеведущих и поп-звезд. Их приглашают на ТВ, чтобы поднять рейтинги телешоу. Работая с инфлюенсером, бренд получает в распоряжение авторитет известной личности.

Выход на нужную аудиторию. Бренды выбирают инфлюенсеров не только по популярности, но и по тем каналам, которые те используют.

Нужная тональность. У каждого блогера – свой стиль, лексика, тональность, с которой он общается с подписчиками.

Доверительная коммуникация. Между блогерами и их подписчиками складываются теплые, почти «близкие» отношения – благодаря возможности пообщаться со своим кумиром в социальных медиа напрямую: например, получить ответ на вопрос в комментариях.





Долгосрочное действие. То, что производят блогеры, – это контент. А контент остаётся в сети и продолжает набирать просмотры и комментарии даже спустя годы после публикации [4].

Таким образом, работа с инфлюенсерами – это работа с готовым каналом воздействия на готовую же аудиторию.

Маркетинг влияния активно применяют крупные российские и зарубежные бренды. Так, компания Johnson & Johnson, использовала технологии маркетинга влияния для построения эмоциональной связи с брендом и увеличения продаж «неудобного» продукта на 1,5% за год. А работа с инфлюенсерами при продвижении противотревожного препарата «Тенотен», позволило компании привлечь внимание к бренду и охватить новую аудиторию. Это показывает, что Influencer Marketing эффективно действует как в работе со сложными, так и с «неудобными» продуктами.

Инструменты традиционного маркетинга изживают себя: люди не обращают внимания на яркие рекламные щиты и растяжки на улицах, на автомате проматывают рекламные записи в соцсетях, не слышат аудиорекламу в супермаркетах и не смотрят ролики на ТВ. Как будто за время существования рекламы у нас выработался к ней стойкий иммунитет.

Маркетинг влияния, напротив, становится всё более актуальным форматом в digital, позволяет эффективно выстраивать коммуникацию с целевой аудиторией и привлекать новую. Он дает людям возможность самостоятельно изучать бренд/товар, всего лишь подталкивая в нужном направлении. Лучший способ заявить о себе сегодня – рассказать через человека, которому доверяют.

Исследования поведения более чем миллиарда активных интернет-пользователей выявили, что основными потребностями, определяющими поведение потребителя в социальных сетях, являются: построение отношений, занятие, чтобы отвлечься, обучение, развитие и признание. Эти пять мотиваций и питают повсеместное использование социальных медиа. И это активно используют компании, которые хотят привлечь внимание потенциальных потребителей к своим товарам и услугам через интернет пространство [5].

Анализ собранной статистики, практики применения маркетинга влияния и особенностей пользования потребителями площадками Интернет-пространства, позволяет утверждать, что пользовательские привычки изменились в сторону использования социальных сетей, преимущественно, для покупок по рекомендациям других людей, известных брендов и инфлюенсеров.





Список использованных источников:

1. Особенности поведения потребителей в социальных сетях: сайт. – URL: <http://www.advertology.ru/article118361.htm>
2. Особенности поведения потребителей в социальных сетях: сайт. – URL: https://studbooks.net/2050195/marketing/osobennosti_povedeniya_potrebi_tey_sotsialnyh_setyah
3. Как блогеры влияют на потребителей и почему это происходит: сайт. – URL: <https://moluch.ru/archive/286/64535/>
4. Блогеры решают: Influencer Marketing в действии: сайт. – URL: <https://www.cossa.ru/trends/169304/>
5. Исследование Wave 7: пять потребностей, определяющих поведение пользователей в соцсетях: сайт. – URL: <https://adindex.ru/publication/analytics/100380/2013/10/23/103446.phtml>

© Малюкова В.А., Нефедова Л.В., 2023

УДК 336.76; 336.67

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Мамеко Н.С., Квач Н.М.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Инвестиционная привлекательность является одной из ключевых характеристик, которые позволяют предприятию привлекать инвестиции и развивать производство, качество услуг. Уровень инвестиционной привлекательности предприятия определяется исходя из значений показателей, которые с разных сторон описывают перспективы его развития, финансово-хозяйственную деятельность, систему маркетинга, систему управления и т.д.

Инвестиционную привлекательность важно оценивать с двух точек зрения – с позиции выдачи кредитов, если это коммерческая организация, и с позиции инвестирования в ценные бумаги, если это коммерческий банк.

На сегодняшний день не существует единого подхода к определению инвестиционной привлекательности коммерческого банка, но если учесть, что коммерческий банк – строго организованное предприятие, то определение его инвестиционной привлекательности можно оценивать с позиции получения эффекта от вложенных в него средств инвестора, а именно получения дохода (инвестиционная привлекательность в





зависимости от финансового состояния), а также рассматривать его инвестиционную привлекательность с позиции организационной структуры, выстроенной менеджментом, то можно сказать, что инвестиционная привлекательность коммерческого банка представляет собой совокупность факторов, отражающих его финансовое состояние и работу менеджмента [1].

Оценка инвестиционной привлекательности коммерческого банка предшествует принятию решения о целесообразности инвестирования. Единого подхода к оценке инвестиционной привлекательности на данный момент не выработано, но при анализе стоит учитывать всю совокупность финансовых показателей, внешние и внутренние факторы развития, а также прогнозирование.

При этом главными в основе принятия решения о целесообразности осуществления инвестиций для любого банка являются результаты экономического и финансового анализа. Экономический анализ позволяет получить представления об общей эффективности проекта. Финансовый анализ дает оценку проекту с точки зрения принятой схемы финансирования и нынешнего финансового состояния корпорации.

С точки зрения инвестора интересен анализ ценных бумаг компании, котирующихся на бирже. Для оценки эффективности вложения проводится фундаментальный и технический анализ. Технический анализ рынка – это метод прогнозирования будущего поведения ценных бумаг с использованием прошлых данных. Такие данные могут охватывать широкий диапазон переменных, генерируемых в конкретной области рынка.

Технический анализ может быть применим для анализа цен целого ряда биржевых активов. Полученные данные затем используются для прогнозирования будущего изменения котировок. Проводится за счёт поиска тренда, изучение тенденции, выстраивание определённых картинок и рисунков на графике ценной бумаги за любой период времени.

Фундаментальный анализ предполагает изучение экономической ситуации на рынке и финансовых показателей компании. Он позволяет определить, какие акции и другие активы в настоящий момент являются недооценёнными, то есть бизнес привлекательный, а стоит дёшево [2]. Фундаментальный анализ также называют факторным, поскольку он опирается на изучение влияния отдельных факторов на динамику цен, выпускаемых предприятием ценных бумаг в настоящем периоде и прогнозирование значений этих факторов в будущем периоде.

Оценка инвестиционной привлекательности коммерческого банка проводилась на примере ПАО «Сбербанк» с использованием фундаментального и технического анализа за период 2019-2021 гг.





Анализ активов показал, что даже после создания «экосистемы» основная деятельность «Сбера» связана с банковской сферой. Основными активами являются чистая ссудная задолженность (70% активов) и вложения в финансовые активы (10-12% активов), серьёзных изменений в структуре за рассматриваемый период не произошло.

Важно обратить внимание на денежные средства, которые имеют тренд постоянного снижения, что может привести к падению ликвидности банка. Хорошо характеризует нынешнюю политику банка тенденция увеличения средств в кредитных организациях и рост обязательных резервов. Это говорит о попытке нивелирования риска и его сглаживания в период кризисных времён 2020-2021 гг.

Темп роста обязательств сопоставим с темпом роста активов. Структура пассивов также не претерпела существенных изменений, можно отметить, что наибольшую долю составляют вклады как физических, так и юридических лиц. Небольшую долю составляют средства ЦБ РФ. В 2020 году из-за «коронакризиса» банку потребовались дополнительные финансирование, поэтому обязательства перед государством были несколько увеличены, однако уже через год эта статья была покрыта.

Основным источником собственных средств является нераспределенная прибыль (90-93% удельного веса), которая продолжает увеличиваться на 7-12% ежегодно, следовательно собственный капитал формируется за счёт операционной деятельности банка.

Расчёт показателей финансовой устойчивости основан на значениях базового капитала, активов, взвешенных по уровню риска. Обязательный норматив выполнен у каждого показателя, однако видна тенденция ухудшения показателей за 2 года, в особенности в части достаточности собственных средств. Стоит добавить, что изменения незначительны и по данным нормативам «Сбер» обгоняет среднерыночные показатели, что может стать хорошим знаком для инвестора с точки зрения устойчивости и сохранения денежных средств.

Финансовый анализ предполагает также оценку ликвидности, которая дополняет выводы финансовой устойчивости и структуры баланса. По итогам расчётов прослеживается негативная тенденция снижения ликвидности, что может оттолкнуть инвестора из-за страха невыполнения обязательств банка. Однако, формально все нормативы были выполнены, т.к. «Сбер» старается покрывать все свои текущие и долгосрочные обязательства, при этом, как было сказано выше, банк активно проводит политику увеличения резервов, поэтому даже при потере ресурсов он всегда сможет расплатиться, используя созданные резервы. Анализ доходности банка за рассматриваемый период показал достаточно неплохие результаты.





Для полной оценки инвестиционной привлекательности был проведен SWOT-анализа, по итогам которого стоит отметить, что даже такой лидер банковского сектора как «Сбербанк», составляющий более 40% доли рынка, имеет не только сильные стороны, такие как использование передовых технологий, большую сеть филиалов по стране, но и подвержен угрозам в виде экономических кризисов, усиления конкурентоспособности на рынке, а также высокую текучесть кадров.

Для оценки инвестиционной привлекательности могут также быть использованы различные рейтинги (рэнкинги) банков по ключевым показателям, поскольку важно не только количество активов или размер финансового результата, но и их качество. Российское рейтинговое агентство АКРА ставит «Сбер» в топ-5 лучших банков России (рейтинг АКРА) [3], что говорит о том, что «Сбер» находится в лидерах банковского сектора, но с точки зрения общей оценки не является абсолютным лидером или «эталонном».

Относительно абсолютных показателей бухгалтерской отчетности, то по количеству активов «Сбер» опережает своего ближайшего конкурента «ВТБ» на 20 трлн. рублей, что делает его крупнейшим банком России и СНГ, по депозитам физических лиц «Сбер» практически в 4 раза обгоняет своего предшественника, поэтому компания является лидером спроса, по кредитам для физических лиц банк также лидирует с существенным отрывом, что соответственно делает его лидером по надёжности в России, а значит высоко конкурентоспособным.

С точки зрения технического анализа, основная оценка инвестиционной привлекательности ПАО «Сбербанк» направлена на оценку вложения денежных средств в ценные бумаги, поскольку компания является лидером среди коммерческих банков Российской Федерации и может существовать за счёт собственных денежных ресурсов.

Сбербанк имеет 21586948000 обыкновенных акций номиналом 3₽, 1000000000 привилегированных акций номиналом 3₽, а также 15000000000 предельное количество объявленных обыкновенных акций [4].

Согласно Дивидендной политике ключевыми условиями являются поддержание достаточности базового капитала Группы по МСФО на уровне не менее 12,5% и соблюдение обязательных нормативов достаточности капитала Банка России с учетом Аппетита к риску, утвержденного Наблюдательным советом ПАО «Сбербанк». Общее собрание акционеров банка одобрило выплату дивидендов за 2022 год в размере 25 на одну обыкновенную и привилегированную акцию. Всего банк планирует направить на выплату дивидендов 565 млрд., что станет





новым рекордом в истории «Сбера» [5], что является положительным сигналом для потенциальных инвесторов.

Технический анализ показывает положительную тенденцию и постепенное восстановление цены акций банка. Скользящая средняя идёт на верх, «52 w high» произошла совсем недавно и составила 240 рублей, при этом «52 w low» составил 96,5 рублей, демонстрируя неплохой рост за год. Это подтверждают и математические расчёты, представленные различными экспертными агентствами [6]. Также, они показывают спорную оценку по расчёту технических индикаторов. Если тенденция цены говорит о покупке, то расчёты показывают, что следует, наоборот, продавать свои ценные бумаги, купленные у «Сбера». Общая оценка склоняется, скорее, к покупке, чем к продаже. Эксперты также говорят о положительной тенденции и ставят прогноз на увеличение цены ценных бумаг банка [7]. Тем более, что есть сигнал в виде рекордных дивидендов. Если оценить тенденцию за последние 10 лет, то акции ПАО «Сбербанк» возросли на 100 и более процентов. Многие эксперты до событий 2022 говорили о росте на 30-40% дальше, о возможной стоимости более 400 рублей.

В 2022 году банк столкнулся с серьёзными проблемами и точный итог по инвестиционной привлекательности для инвестора на сегодняшний день делать крайне сложно, поскольку присутствуют внешние риски. Что же касается показателей предыдущих 3 лет (2019-2021 гг.), то инвесторы и клиенты доверяют Сбербанку, социальная политика и конкурентоспособность это показывают.

Таким образом, оценивая инвестиционную привлекательность ПАО «Сбербанк» можно говорить о том, что благодаря демонстрируемым хорошим финансовым результатам, сильной финансовой устойчивости, а также восстановлению положительной тенденции, скользящей средней по рынку ценных бумаг банк является достаточно привлекательным с позиции инвестирования.

Список использованных источников:

1. Ковалева С.И. Определение понятия «Инвестиционная привлекательность» // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2019. № 5. URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2019/05/16523> (дата обращения: 08.05.2023).

2. Кравченко А. Е., Дойничко С. А. Как спрогнозировать цены на финансовые инструменты, или в чем суть технического и фундаментального анализ // СПб.: ФГБОУ ВО СВГУ, 2020. - С. 96-98.

3. Рейтинги банков по надёжности // Выбери.ру - финансовый маркетплейс. URL:





<https://www.vbr.ru/banki/raiting/nadezhnost/?date=2022.01.01> (дата обращения: 10.05.2023).

4. Акции и дивиденды // Официальный сайт СберБанка. URL: <https://www.sberbank.com/share-profile> (дата обращения: 10.05.2023).

5. Акционеры Сбербанка одобрили выплату рекордных дивидендов за 2022 год // РБК Инвестиции. URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/644120a49a7947b732ae3507> (дата обращения: 10.05.2023).

6. Технический анализ SBER // TradingView - сервис для торговли на бирже. URL: <https://ru.tradingview.com/symbols/MOEX-SBER/technicals/> (дата обращения: 08.05.2023).

7. Что будет с акциями Сбербанка в 2023 году. Прогнозы экспертов // РБК Инвестиции. URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/63985d549a7947f14233e132> (дата обращения: 08.05.2023)

© Мамеко Н.С., Квач Н.М., 2023

УДК 005

ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ О ПЕРЕВОДЕ СУЩЕСТВУЮЩЕЙ КОРПОРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ПЛАТФОРМУ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Мамыкин Е.К., Исмагилова Г.В.

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

В статье приведены результаты исследования целеполагания и алгоритма принятия решения о переводе корпоративной информационной системы управления организацией иностранного производителя на аналогичную платформу отечественного производителя.

Вызовы современности, в том числе высокое качество и функциональность отечественных корпоративных систем управления предприятием, позволяют рассматривать вопрос перевода корпоративных систем управления предприятием (КИСУ) на зарубежной базе, имеющих значительное распространение, на 1С, являющуюся российским программным обеспечением. Принятие такого рода управленческих решений является частью системы обеспечения устойчивого развития предприятия [1].





На первом этапе исследования определимся с проблемой, целями и задачами, гипотезой. Создание и коммерциализация КИСУ ранее для предприятий были важным шагом по улучшению системы управления и повышению привлекательности для инвестиций, особенно если предприятие тарифно-регулируемое. Внедрение системы управления данного класса позволило определить позиции таких компаний на уровне крупнейших среди активно использующих и развивающих цифровые технологии. В настоящее время западные поставщики покидают рынок ERP в России и прекращают поддержку пользователей. Поэтому нельзя игнорировать дальнейшее усиление рисков ограничений развития и поддержки таких иностранных систем, как SAP. Для поддержания достигнутого уровня управления целесообразно рассмотреть возможность перехода на российские системы. Таким образом, целью исследования ставим определение возможности и целесообразности перехода на отечественную систему 1С. Гипотеза в том, что переход на указанную отечественную систему позволит обеспечить заданный достигнутый ранее при использовании систем SAP уровень функциональности и эффективности системы управления предприятием.

Предметом исследования являются: предпосылки, факторы, обеспечивающие устойчивое развитие предприятия в условиях дефицита доступа к иностранным КИСУ. Объектом исследования является КИСУ как часть системы управления устойчивым развитием предприятия.

Для поиска решения проблемы и задач необходимо определить методы исследования. Стоит отметить, что при осуществлении научных исследований в экономике и менеджменте, часто приходится сталкиваться с, по сути, случайными событиями. Учитывая изложенное, в методологическую базу нашего исследования войдут следующие методы: общенаучные (анализ, синтез, классификация, обобщение, индукция, дедукция) и специальные (менеджмент: прикладные статистические методы, сравнительные методы, метод экспертных оценок; экономика: технико-экономические расчеты; маркетинг: метод наблюдения), теоретические и эмпирические (аналитические). В совокупности данные методы адекватны задачам, предмету и объекту исследования.

Далее рассмотрим основную терминологию. Это поможет понять, как SAP соотносится с 1С, выявить плюсы и минусы этих систем, понять, что теряется в переходе, и что приобретается. Понимание преимуществ и недостатков систем может сделать переход на 1С инвестиционным проектом, предлагая предприятию возможность получить новую функциональность с сохранением достигнутых преимуществ уже реализованной системы [2].





В основе SAP и 1С лежит платформа разработки прикладных решений. В SAP платформа называется SAP HANA. Это современная среда разработки, отладки, выполнения, на которой писать программы автоматизации бизнеса. Сравнивая эту платформу с платформой 1С, мы можем сказать, что с точки зрения разработки и отладки SAP HANA почти идентична платформе 1С. Платформа SAP HANA разрабатывает и выполняет программы – это модули, которые могут быть записаны в комбинации ABAP, Java, SQL, SQLScript. Внешняя часть, с которой взаимодействуют пользователи, на языке JavaScript (фреймворк SAPUI5 и так далее). Он использует широкий спектр языков программирования, они комбинируются для решения индивидуальных задач, что, с точки зрения SAP, позволяет получить максимальную производительность от модулей. Над модулем SAP должна работать команда специализированных разработчиков [3].

В случае 1С, разработчики всегда используют один и тот же язык 1С, и поэтому очень взаимозаменяемы. В результате будет намного проще собрать и поддерживать команду разработчиков 1С. Разработка продуктов SAP требует целого ряда различных навыков (по многим навыкам программирования на ABAP не хватает). Для продуктов 1С даже высококвалифицированный программист может решить практически любую задачу без изучения других языков.

Система SAP S/4HANA ERP представляет собой набор модулей, используемых для решения конкретных задач заказчика [4]. Кроме того, они не являются жестким готовым продуктом. SAP S/4HANA собран из готовых модулей, адаптированных к потребностям каждого клиента, на основе решаемых задач. Существует также традиционный набор модулей, используемых чаще всего: Управление продажами (SD), Управление закупками (MM), Управление производством (PP), Бухгалтерский и налоговый учет (FI), Модуль контроля затрат (CO). Их можно считать «ядром» системы. При необходимости можно добавить другие инструменты. Все указанные модули могут быть добавлены в качестве автономных баз данных, которые взаимодействуют через шину SAP. Таким образом, модуль EWM может обслуживать несколько ядер отдельных предприятий как единую складскую подсистему, как комбинацию нескольких модулей, работающих с одной базой данных, которая образует единую систему, работающую в режиме одного окна.

У 1С решением также может быть как отдельно стоящая конфигурация, например, «1С:ERP» для отдельного завода, так и произвольная комбинация конфигураций («1С:ERP», «1С:УХ», «1С:ДО», «1С:ЗУП», «1С:БП», «1С:УТ» и т.д.) с территориально удаленными базами данных, связанных обменами организованными с использованием





механизмов самих баз (веб-сервисы, XML, COM и т.п.) или через «1С:Шину данных» или другие шины, где будут комплексно решаться задачи управления целым холдингом. Также доступны комбинации из основного решения «1С:ERP» со специализированными отраслевыми решениями, например, конфигурацией «1С:PLM», которая позволит дополнительно к задачам управления производством решать задачи конструкторско-технологической подготовки производства, или решениями по автотранспорту, строительству, пищевой промышленности, сельскому хозяйству и т.д.

Как сказано выше, как и у SAP в среде 1С базы могут существовать как отдельно стоящие отраслевые решения с собственной базой данных, так и объединенные друг с другом, черпающие информацию в единой базе данных. Примером такой базы данных, например, может являться программа «1С:ERP Управление Холдингом» («1С:ERP»+«1С:УХ»).

Говоря о базах данных, отметим, что экосистемы SAP и 1С во многом схожи. Единственное существенное отличие у них – собственная СУБД HANA у SAP. У 1С собственная СУБД работает на некоторых решениях, в других решениях возможно использование СУБД других поставщиков – MS SQL Server, Oracle Database, PostgreSQL, IBM DB2. Возможность выбора различных СУБД для 1С позволяет использовать его как на операционных системах Microsoft, так и на ОС Linux.

Вопросы мобильной платформы. SAPGUI ближе к концепции толстого клиента 1С, а Fiori ближе к концепции тонкого клиента 1С. В этом отношении у 1С есть преимущество: не требуется создавать отдельное приложение, которое будет работать в режиме web-клиента на планшете и отдельное приложение для ноутбука или стационарного компьютера. Это все делается в рамках одной и той же разработки интерфейса пользователя, а уж сама платформа 1С заботится о том, чтобы этот интерфейс работал везде. Аналога мобильной платформы 1С у SAP нет.

SAP в том, что для западного рынка эта система общепризнана, как 1С в России и странах СНГ. Люди, инвестировавшие в изучение/внедрение SAP, пользуются одними и теми же инструментами на протяжении десятков лет. Эта особенность SAP позволяет существенно экономить на обучении персонала: любой знакомый с системой человек при переходе из одной организации в другую увидит один и тот же интерфейс, привычный набор транзакций и приступит к работе без переобучения. Стоит отметить, что, в отличие от 1С, на локальную модификацию SAP, позволяющую адаптировать систему для решения уникальных задач предприятия, осмеливаются считанные единицы, поскольку затраты на её развитие без преувеличения предельно высоки настолько, что большинство компаний





не могут себе их позволить и вынуждены работать с типовым функционалом.

Так как SAP стала стандартом для западного бизнеса, для успешной работы российского предприятия с зарубежными партнерами, наличие у него SAP в качестве учетной системы было существенным плюсом для бизнеса, своеобразным показателем принадлежности к общемировым стандартам автоматизации. Вместе с тем существуют в связи с новыми условиями ограничений, имеются риски, что SAP оставит российских клиентов без поддержки.

Далее рассмотрим, преимущества экосистемы 1С. Во-первых, на рынке труда большое количество специалистов, которые могут обеспечить внедрение на хорошем уровне, плюс высокая скорость и невысокая цена процесса адаптации системы под задачи заказчика. Затраты на содержание разработчиков решений SAP очевидно будут выше, чем на унифицированных и взаимозаменяемых программистов 1С, при этом численность команд внедрения и сопровождения будет больше.

Как видим, функционально 1С сопоставима с SAP HANA. При этом с точки зрения затрат на содержание и развитие систем, 1С имеет преимущество. В рамках дальнейшего исследования намечено провести технико-экономический анализ и обоснование выбора того или иного решения.

Таким образом, в нынешних условиях, учитывая важность технологической независимости, важно иметь план обеспечения доступности систем КИСУ в случае полного прекращения поддержки со стороны иностранных поставщиков программного обеспечения. На наш взгляд, сейчас целесообразно проанализировать имеющиеся программные решения и запустить пилотные проекты по внедрению альтернативных решений по российскому программному обеспечению, например, на основе 1С.

Список использованных источников:

1. Михайлова А.Е., Рассветов С.А. Концептуальный подход к устойчивому развитию промышленных предприятий в условиях модернизации экономики // Вестник тамбовского университета. 2012. №3.
2. Дубянский, Владимир Разработка конфигураций в среде 1С: Предприятие 7.7. Самоучитель / Владимир Дубянский, Людмила Скобликова. - М.: БХВ-Петербург, 2018. - 448 с.
3. Галоппен Люк, Кемс Зигфрид Управление организационными изменениями при внедрении SAP; Эксперт РП - Москва, 2009. - 384 с.
4. Рязанцева, Наталья 1С:Предприятие. Секреты конструирования / Наталья Рязанцева, Дмитрий Рязанцев. - М.: БХВ-Петербург, 2018. - 368 с.

© Мамыкин Е.К., Исмагилова Г.В., 2023





УДК 338.45

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Манукян Г.Т., Букреев Р.В., Шильцова А.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Строительная отрасль в России является одной из наиболее перспективных и развивающихся. По данным Росстата, в 2022 году объем инвестиций в строительство составил около 6 трлн. рублей, что порядка 3% выше значений предыдущего года [1]. Этот рост обусловлен как государственной поддержкой отрасли, так и повышенным спросом на жилье и коммерческие помещения.

Для того, чтобы определить актуальность и перспективы развития бизнеса в рассматриваемой сфере, необходимо изучить основные статистические показатели, характеризующие данную отрасль. Одним из таких показателей является площадь построенного жилья. Согласно крупнейшему отечественному сервису по поиску недвижимости «Циан», за 2022 год в России объём производства жилищного строительства составил 102,7 миллиона квадратных метров, что на 11% больше, чем в предыдущем году [2]. Данный рост связан с реализацией льготных ипотечных программ в 2022 году, таких как:

«Льготная ипотека» (продление программы во всех регионах до 01.07.2024, которое предусматривает снижение ставки с 12% до 8%);

запуск программы «IT-ипотеки» (распространяется на сотрудников IT-компаний и предусматривает величину процентной ставки от 4,7%);

реализация программ «Семейная ипотека» (продление программы до 01.07.2024 г. и расширение на семьи с двумя детьми до 18 лет);

«Дальневосточная ипотека» (продление программы до 31.12.2030 г., которая распространяется на педагогов и медиков, также на сельские населенные пункты) [2].

Однако несмотря на существующие стимулирующие программы, общая обстановка в стране и мире, происходящие в текущий момент экономические и социальные процессы, неоднозначно отразились на ипотечном кредитовании в 2022 году. Согласно онлайн-сервису Сбербанка для подачи заявки на ипотечный кредит «Домклик», количество сделок ипотечного кредитования в Москве снизилось на 14%, а в Санкт-Петербурге на 18%. Но в то же время в большинстве крупных городов-





миллионников произошло повышение спроса на ипотеку, что вызвало увеличение ежемесячных сделок на 5-10% [5].

Приведенная статистика свидетельствует о том, что спрос на жильё растёт с каждым годом, что подтверждает уместность и перспективность открытия бизнеса в секторе строительства, но сопряжено с рядом значительных рисков, которые могут повлиять на его финансовую устойчивость и долговременность.

Рассматриваемая отрасль является высококонкурентной, что обуславливает необходимость постоянно адаптироваться к изменениям на рынке, улучшать качество строительной деятельности, производимой продукции для строительной отрасли и оказываемых строительных услуги в соответствии с потребностями рынка. Необходимо внимательно изучать деятельность конкурентов, чтобы быть в курсе их сильных и слабых сторон, и совершенствовать свою деятельность, делая ее более конкурентоспособной.

Также помимо рисков, связанных с конкуренцией, присутствуют правовые риски. Строительные организации должны постоянно следить за обновлениями законодательства, чтобы избежать проблем с законом, которые могут привести к убыткам или закрытию бизнеса. Нельзя забывать о возможных финансовых потерях, инвестиции в начальной стадии могут быть высокими, а доход – нет. Необходимо соблюдать все нормы постройки во избежание ошибок в проектировании, которые могут привести к серьёзным последствиям.

Продолжая тему конкурентоспособности, стоит упомянуть о насыщенности рынка строительными организациями. По данным Росстата, на текущий момент в России зарегистрировано более 100 тысяч организаций, занимающихся строительством и ремонтом [1]. На рис. 1 представлена информация о десяти крупнейших застройщиках в России за 2022 год.

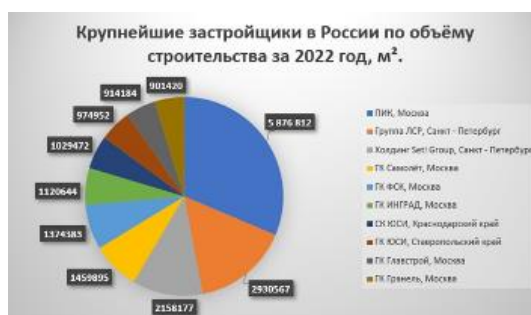


Рисунок 1 – Крупнейшие застройщики в России по объёму строительства за 2022 год, м²

Диаграмма (рис. 1) даёт понять, что за указанный период крупнейшими застройщиками было построено около 19 миллионов квадратных метров, что на 4% больше по сравнению с предыдущим годом





[3]. С учётом того, что 2022 год для России начался с ввода огромного количества санкций, на строительство они сильного влияния не оказали. Однако повлекли за собой уход с рынка некоторых зарубежных строительных брендов, например, таких как производители цемента «Holcim» и мирового производителя сэндвич-панелей «Kingspan». В свою очередь это вызвало такие последствия для застройщиков, как повышение цен на стройматериалы, но в то же время открыло еще большие перспективы и стало мотивацией для отечественных производителей важнейших видов продукции для строительной деятельности занять освободившиеся места на рынке и начать активную конкурентную борьбу за потребителя.

Таким образом только за июнь 2022 года открылось 10 новых производств по всей России, а именно: три строительных завода в Чеченской Республике, цех по выпуску металлосайдинга в Тюмени, завод по производству строительных смесей в Дагестане, кирпичный завод в Благовещенске, предприятие по производству полиэтиленовых труб в Свердловской области, цех очистных сооружений в Республике Ингушетии, производство фитингов в Курганской области и другие [4].

В заключение хотелось бы отметить, что строительная сфера в России всегда являлась перспективной и сохранила свой высокий спрос до сих пор, о чем свидетельствуют показатели, характеризующие текущую строительную деятельность в стране. Не взирая на различные возникающие обстоятельства, государство способствует увеличению спроса на жильё путем создания специальных программ для населения и строительных компаний, в целом осуществляет поддержку развития отечественного производства, в частности и в строительной отрасли, что еще в большей степени подтверждает перспективность развития бизнеса в данной сфере.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 24.04.2023).
2. Официальный сайт базы данных о продаже и аренде жилой, загородной и коммерческой недвижимости «Циан» – Режим доступа: <https://www.cian.ru/> (дата обращения: 26.04.2023).
3. Официальный сайт ООО «Институт развития строительной отрасли» – Режим доступа: <https://erzrf.ru/> (дата обращения: 24.04.2023).
4. Официальный сайт архива заводов промышленных предприятий и производств в России – Режим доступа: <https://rusarchives.ru/> (дата обращения: 25.04.2023)





5. Официальный сайт ООО «Домклик» – Режим доступа:
<https://domclick.ru/> (дата обращения: 30.04.2023)

© Манукян Г.Т., Букреев Р.В., Шильцова А.В., 2023

УДК 657

ДОЛГОСРОЧНЫЕ АКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ: СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ

Мартынчук А.И.

Научный руководитель Галкина М.Н.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

Одним из важнейших участков бухгалтерского учета является учет долгосрочных активов, который представляет собой сложный и многоэтапный процесс. Долгосрочные активы организации, такие как здания, оборудование и другое основное производственное имущество, являются ключевыми статьями баланса организации и могут влиять на ее финансовую стабильность и рентабельность в долгосрочной перспективе.

Понятие долгосрочных активов в научной литературе определено различными авторами по-разному (табл. 1).

Таблица 1 – Сущность категории «долгосрочные активы»

Авторы	Определение
Бахмутова Л.В., Гаврилова Н.П., Комлева Е.М. [1]	Долгосрочные активы – это активы, которые планируется использовать более чем в течение одного года, или которые не предназначены для продажи в ближайшее время.
В. А. Долгов [2]	Долгосрочные активы – это активы, которые будут использоваться в течение нескольких лет и не являются запасами или денежными средствами.
Савченко Л.Н., Черных А.В. [3]	Долгосрочные активы – это основные средства, которые будут использоваться более одного года и не предназначены для продажи в ближайшее время.

Таким образом, все определения указывают на то, что долгосрочные активы – это имущество, которое планируется использовать на протяжении более чем одного года для получения экономической выгоды. Они могут иметь материальную форму и могут быть оценены в денежных единицах. Существуют множество и других трактовок понятия долгосрочных активов. Большинство понятий возникали в процессе развития бухгалтерского учета и используется многими специалистами в данной области.

Классификация долгосрочных активов является важной составляющей бухгалтерского учета и позволяет более точно определять и отображать финансовое положение и результаты деятельности организации. Она также помогает организациям планировать свою деятельность и принимать решения по инвестированию в различные виды долгосрочных активов в соответствии с их финансовыми возможностями и стратегией развития. Долгосрочные активы в научной литературе классифицированы по нескольким признакам (табл. 2).





Таблица 2. – Классификация долгосрочных активов

Автор	Классификация долгосрочных активов
Савченко Л.Н., Черных А.В. [3]	- Основные средства; - Нематериальные активы; - Финансовые вложения; - Биологические активы; - Доходные вложения в материальные ценности.
В.В. Новиков [4]	- Основные средства; - Нематериальные активы; - Финансовые вложения; - Биологические активы.
В.С. Меркулов [5]	- Основные производственные фонды; - Нематериальные активы; - Доходные вложения в материальные ценности; - Финансовые вложения; - Биологические активы.

Данная таблица содержит классификацию долгосрочных активов, предложенных различными авторами. Все авторы выделяют основные средства и нематериальные активы в качестве основных категорий. Кроме того, все авторы также включают финансовые вложения и биологические активы в классификацию.

Однако, есть некоторые различия в классификации авторов. А, авторы Савченко Л.Н. и Черных А.В. добавляют доходные вложения в материальные ценности, в то время как автор В.С. Меркулов включает в свою классификацию доходные вложения в материальные ценности и основные средства.

Таким образом, можно сделать вывод, что классификация долгосрочных активов не является строго стандартизированной и может варьироваться в зависимости от того, какой подход выбирает конкретный автор. Более полную классификацию, по нашему мнению, даёт автор Савченко Л.Н., Черных А.В.

Долгосрочные активы могут отличаться в разных странах в зависимости от того, какие отрасли являются основными в экономике данной страны.

В США долгосрочные активы организаций могут включать в себя недвижимость, здания, оборудование, транспортные средства, интеллектуальную собственность (патенты, авторские права, товарные знаки) и другие активы.

В Японии, где технологии играют важную роль, долгосрочные активы могут включать в себя исследования и разработки, инновационные технологии, производственное оборудование, автоматизированные системы.

В России долгосрочные активы могут включать в себя недвижимость, машины и оборудование, интеллектуальную собственность, инфраструктуру.

В Китае, который является крупнейшим производителем товаров в мире, долгосрочные активы могут включать в себя производственное





оборудование, здания, транспортные средства, недвижимость, интеллектуальную собственность.

В Бразилии, которая известна своими природными ресурсами, долгосрочные активы могут включать в себя месторождения нефти, газа, руды, леса, земельные участки.

Долгосрочные активы могут быть характерны для разных стран, но конкретный состав долгосрочных активов зависит от каждой конкретной организации и ее отрасли.

В заключении, необходимо отметить, что долгосрочные активы играют важную роль в бухгалтерском учете и финансовом анализе организаций. Они позволяют оценить эффективность использования ресурсов организации и способствуют принятию правильных управленческих решений. Классификация долгосрочных активов включает основные средства, нематериальные активы и финансовые вложения, каждая из которых имеет свои особенности и требует соответствующего учета. Важно отметить, что правильная классификация и учет долгосрочных активов является ключевым фактором для обеспечения достоверности финансовой отчетности организации и ее привлекательности для потенциальных инвесторов. Поэтому, следует уделить должное внимание учету долгосрочных активов и их классификации, а также постоянно совершенствовать процессы управления ими, чтобы обеспечить устойчивое развитие организации.

Список использованных источников:

1. Бахмутова Л.В., Гаврилова Н.П., Комлева Е.М. "Бухгалтерский учет: учебное пособие", 2019 – 832 с.

2. Ю.А. Долгих, Т.В. Бакунова, Е.А. Трофимова, Е. С. Панфилова ; учебное пособие; под ред. Ю.А. Долгих ; М-во науки и высшего образования РФ.– Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021.– 118 с.

3. Н.Н. Илышева, Е.Р. Синянская, О.В. Савостина учебное пособие – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016.– 156 с

4. Учет и финансовый менеджмент: концептуальные основы : учеб. пособие / Н. Н. Илышева, С. И. Крылов, Е. Р. Синянская ; [науч. ред. Т. В. Зырянова] ; М-во образования и науки РФ, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. – 164 с.

5. Постановление Министерства Финансов Республики Беларусь 30 апреля 2012 г. № 26 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pravo.by/upload/docs/op/W21226355_1346706000.pdf – Дата доступа: 02.05.2023.

© Мартычук А.И., 2023





УДК 336.763.3

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА «ЗЕЛЕННЫХ» ОБЛИГАЦИЙ В РОССИИ И МИРЕ

Мащенко Е.Ю., Котванова С.Г.

Алтайский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Барнаул

В России последнее время вопрос устойчивого развития и ответственного инвестирования проектов приобретает особую важность и приоритетность для представителей бизнеса, в особенности для участников производственного сектора и фондового рынка. Соответствие трем взаимосвязанным принципам ESG-направления – экологии (Environmental), социальной политики (Social) и корпоративному управлению (Governance), позволяют многим крупным компаниям обеспечивать долгосрочную конкурентоспособность, сохранять положительную репутацию и имидж, заинтересованность и приток потенциальных инвесторов. В связи с этим, одним из наиболее рациональных и инновационно-действенных способов финансирования значимых проектов и программ, направленных на минимизацию наносимого природе вреда и улучшение экологической обстановки, повышение эффективности использования ресурсов и обеспечение благосостояния населения, выступает эмиссия и размещение эмитентами «зеленых» облигаций. Таким образом, цель научной работы состоит в проведении комплексного анализа рынка «зеленых» облигаций в России и выявлении особенностей развития «зеленых» облигаций на российском рынке.

Необходимо начать исследование с теоретического описания понятия «зеленые» облигации». Согласно устоявшейся терминологии, под «зелеными» облигациями (green bonds) понимают особый вид облигаций, выпускаемых организациями и государственными структурами с целью обеспечения «зеленого» финансирования для формирования и развития «зеленой» экономики, т.е. реализации проектов, имеющих конкретный экологический эффект [1, с. 12]. Помимо «зеленых» финансовых инструментов существуют также социальные и адаптационные (переходные) облигации, предназначенные одновременно для решения социальных и экологических задач проекта. Ключевое отличие «зеленых» облигаций от обычных состоит в целевом использовании привлеченных средств: финансирование идет на сохранение биологического разнообразия, рекультивацию земель, развитие возобновляемых источников энергии, строительство комплексов по переработке отходов,





совершенствование очистных сооружений, адаптацию к изменению климата, внедрение электротранспорта и пр. Заметим, что средства, вырученные в рамках «зеленого» проекта, не могут быть потрачены на удовлетворение общекорпоративных нужд. Для получения официального статуса «зеленые», эмиссия облигаций должна проходить систему на соответствие принципам – Green Bond Principles (GBP) – международной ассоциации рынков капитала «International Capital Markets Association» (ICMA), или подходить под требования международной организации «Climate Bonds Initiative». Наряду с международными принципами создаются правила и на государственном уровне, которые стимулируют «зеленое» финансирование, нацеленное на достижение национальных экологических целей. Так, правительство РФ в 2021 г. утвердило таксономию «зеленых» и адаптационных проектов, а также необходимые требования к системе верификации инструментов [2]. Своевременную проверку и подтверждение достоверности «зеленых» учетных данных облигаций проводит внешний независимый эксперт – компания-верификатор. К числу таких экспертов в России относятся следующие кредитные рейтинговые агентства: ООО «Национальное Рейтинговое Агентство», Рейтинговое агентство «Эксперт РА», Аналитическое Кредитное Рейтинговое Агентство (АКРА), ООО «Национальные Кредитные Рейтинги» и ООО «Финансовые и бухгалтерские консультанты». Стоит отметить, что эмитенты после размещения бумаг на рынке обязаны регулярно сообщать компаниям-верификаторам о тратах и реализации своих природоохранных работ. Это позволяет инвесторам, акционерам и правительству удостовериться в целевом характере «зеленого» финансирования и получить открытый доступ к информационной системе по проекту.

С целью определения тенденций развития рынка «зеленых» облигаций важно обратиться к истории их возникновения. Рынок «зеленых» облигаций начал активно развиваться более 15 лет назад, когда Институт мировых ресурсов (WRI) опубликовал статью о возможностях привлечения инвестиций для финансирования экологически чистых проектов, а Банк Международных Расчетов (БМР) и Европейская банковская ассоциация (ЕБА) начали работать над стандартами, регламентирующими выпуск зеленых облигаций. Первые «экологические» облигации (Climate Awareness Bonds) были выпущены Европейским инвестиционным банком (European Investment Bank) в 2007 г., собранные средства с которых направлялись на финансирование проектов в области энергетики таких, как ветряные электростанции и солнечные батареи. В последующие годы такие облигации выдавались другими различными





банками, например Всемирным банком и инвестиционными фондами [1, с. 6].

По экспертной оценке международной организации «Climate Bonds Initiative» (СБИ) мировой кумулятивный объем эмиссии «зеленых» облигаций с 2007 по 2022 гг. достиг 2,2 трлн. долл. США. Однако в 2022 г. объем выпуска «зеленых» облигаций в мире впервые за десятилетие снизился, достигнув значения в 487,1 млрд. долл. США, что на 16% ниже объемов предыдущего года. Преобладающие рыночные условия способствовали снижению объемов выпуска долговых обязательств по всем категориям облигаций. Тем не менее, по итогам 2022 г. доля «зеленых» облигаций в общем объеме эмиссии составила 3% (рис. 1).

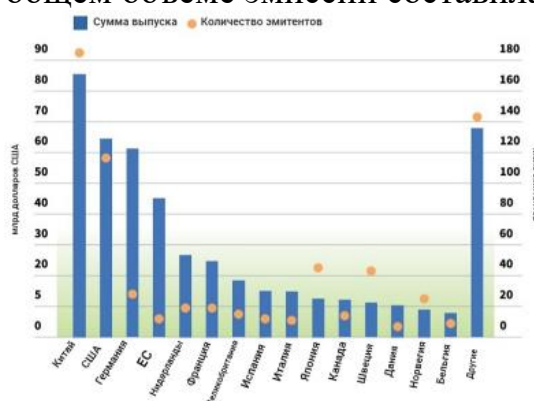


Рисунок 1 – Мировой рынок «зеленых» облигаций в 2022 г.

Исходя из графика, можно сказать, что в 2022 г. странами-лидерами, отличившимися наибольшими объемами выпуска активов, являлись Китай (85,4 млрд. долл. США – 18% от общего объема эмиссии), США (64,4 млрд. долл. США – 13%) и Германия (61,2 млрд. долл. США – около 13%). Глобальный энергетический кризис стимулировал политику в области экологически чистой энергетики в крупнейших экономиках мира. Поскольку правительства во всем мире продолжают расширять свои климатические амбиции, все большее количество капитала направляется на увеличение производственных мощностей в области возобновляемых источников энергии и развитие зарождающихся в этой области технологий таких, как «зеленый водород» [3, с. 7].

Рынок «зеленых» облигаций в России зародился относительно недавно и в настоящее время развивается медленно по сравнению с другими странами, поскольку «зеленые» инвестиции российских компаний составляют примерно 1% от совокупных инвестиций в основной капитал и около 0,2% от ВВП. Дебютный выпуск официальных «зеленых» бондов в РФ состоялся 19 декабря 2018 г., когда компания-эмитент ООО «Ресурсосбережение ХМАО» (сейчас – ООО «Ситиматик-Югра») разместила на Московской бирже облигации объемом в 1,1 млрд. руб. сроком на 12,5 лет. Средства привлекались на создание





межмуниципального полигона для размещения, обезвреживания и обработки твердых коммунальных отходов в Нефтеюганском районе [4, с. 67]. Первой российской компанией, разместившей «зеленые» облигации на внешнем рынке, стала ОАО «РЖД». Выпуск был сделан в мае 2019 г. – объем составил 500 млн. евро сроком на 8 лет. «Зеленые» деньги пошли на финансирование кредитов, привлеченных на покупку электровозов и пассажирских поездов «Ласточка». Так, на Московской бирже летом 2019 г. появился отдельный сектор «Устойчивое развитие», где размещен перечень торгуемых «зеленых» и социальных облигаций. Также весной 2021 г. на Московской бирже впервые состоялся выпуск субфедеральных «зеленых» облигаций – столичное правительство разместило их в объеме 70 млрд. руб. По сообщениям столичной мэрии, основной объем выпуска приобрели управляющие компании, пенсионные фонды, банки, физические лица и нерезиденты.

В 2022 г., по данным реестра экспертно-аналитической платформы ИНФРАГРИН, было размещено 7 выпусков облигаций в формате устойчивого развития общим объемом порядка 106 млрд. руб., 3 выпуска из которых приходятся на «зеленые» облигации (табл. 1).

Таблица 1 – Выпуски «зеленых» облигаций в формате устойчивого развития российских эмитентов в 2022-2023 гг.

Эмитент	Объем выпуска, шт.	Ставка купона	Дата размещения	Дата погашения
Государственная корпорация развития «ВЭБ.РФ»	50 000 000	10,20%	21.07.2022	15.07.2027
ООО «ДОМ.РФ Ипотечный агент»	5 477 816	7,97%	30.11.2022	28.11.2032
АО «Атомный энергопромышленный комплекс»	9 000 000	8,95%	06.12.2022	02.12.2025
АО «Банк Дом.РФ»	5 000 000	9,70%	21.02.2023	18.02.2025

В целом за период 2018-2022 гг. состоялось 40 выпусков зеленых, социальных и других целевых облигаций российских эмитентов и их иностранных дочерних компаний суммарным объемом 524,57 млрд. руб. (рис. 2).



Рисунок 2 – Динамика развития российского рынка устойчивого финансирования, млрд. руб.

По итогам 2022 г. ведущими отраслевыми сегментами среди эмитентов «зеленых», адаптационных и социальных облигаций выступают транспорт и промышленная техника, а также энергетика. В результате в 2018-2022 гг. за счет привлеченных средств от размещения целевых облигаций финансировались проекты в 51 субъекте Федерации суммарным объемом 223,32 млрд. руб.





Таким образом, рынок «зеленых» облигаций в РФ находится на стадии постепенного развития. В свою очередь, быстрое внедрение и развитие стандартов ESG в деятельность крупнейших российских компаний позволят ускорить рост рынка, а международный опыт, рассмотренный выше, показывает, что этот инструмент привлекателен и имеет огромный потенциал для государственных и частных организаций.

Список использованных источников:

1. Диагностическая записка «Зеленые финансы: повестка дня для России» Рабочей группы по вопросам ответственного финансирования (ESG-finance), в т.ч. «зеленого» финансирования. – Текст : непосредственный. – 2018. – 160 с.

2. Постановление Правительства РФ от 21.09.2021 N 1587 (ред. от 11.03.2023) «Об утверждении критериев проектов устойчивого (в том числе зеленого) развития в Российской Федерации и требований к системе верификации инструментов финансирования устойчивого развития в Российской Федерации».

3. Sustainable debt global state of the market 2022 / С. Michetti, N. Chouhan [et al.]. – Climate Bonds Initiative, 2023. – 32 p.

4. Богачева, О. В. «Зеленые» облигации как важнейший инструмент финансирования «зеленых» проектов / О. В. Богачева. – Текст: непосредственный // Финансовый журнал. – 2016. – № 2 (30). – С. 70-81.

© Мащенко Е.Ю., Котванова С.Г., 2023

УДК 338.2

**МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО:
МЕХАНИЗМЫ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИЙ
НА ПРИМЕРЕ ФОНДА СОДЕЙСТВИЯ ИННОВАЦИЯМ**

Мединцева С.Г.

Уральский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Екатеринбург

В Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года, принятой в Российской Федерации [1], в качестве одной из цели развития предпринимательских структур следует обозначить внедрение, освоение и углубление прогрессивных методов и инструментов их поддержки в направлении инновационного развития. Основными положениями документа его миссия определена как развитие малого и среднего предпринимательства для обеспечения устойчивого развития экономики, улучшения ее структуры и поступательного роста. В качестве





индикаторов обозначены увеличение объема сектора малого и среднего предпринимательства, в экономике предполагается увеличение его выручки до 110 трлн. руб. в 2030 г., что соответствует увеличению доли в валовом внутреннем продукте России до 40%.

Малое и среднее предпринимательство является ключевой движущей силой экономики – государственной, региональной, муниципальной. Предприниматели создают новые рабочие места, способствуют росту конкуренции, занимают ниши, где крупному бизнесу не интересно, влияют на инновационное развитие и на качество жизни населения.

Значимость инновационной составляющей была отмечена такими учеными как Шумпетер, Друкер, которые «под инновациями понимали область предпринимательской деятельности, ориентированную или на использование преимуществ новой технологии (процесса), которые ранее не применялись, или на кардинальную трансформацию товара, используя изобретения» [2].

Ряд современных исследователей акцентируют в свои трудах о значимости инновационной деятельности [3, 4].

В условиях глобализации экономики, конкуренция на мировом рынке будет еще сильнее. В этих условиях малые и средние предприятия быстро меняют ассортимент своей продукции и ускоряют модернизацию производственных мощностей благодаря низким капитальным затратам, большой компактности и гибкости. Таким образом, малые предприятия могут быстрее адаптироваться к меняющимся рыночным условиям и время от времени экономическим кризисам.

Положение современной экономики говорит об активном внедрении инноваций в бизнес-процессы компаний, от уровня эффективности которых зависит их успешность на рынке. В России за последние годы установился достаточно высокий уровень внедрения инноваций в компаниях, отражающийся в суммарном повышении затрат на инновационную деятельность на предприятиях малого и среднего бизнеса, но не достаточный для опережающего темпа развития экономики.

Доля малых предприятий в Российской Федерации, по данным табл. 1, осуществляющих технологические инновации в общем числе обследованных малых предприятий в Российской Федерации возросло с 4,5% за 2015 год до 7,1% по итогам 2021 года.

Статистическое наблюдение ведется один раз в два года, следующее обследование будет проводится по итогам 2023 года.

По данным табл. 1 средний темп роста (цепной) за 2015-2019 годы составил 116,5%, что говорит в целом о положительной динамике роста удельного веса малых предприятий, осуществлявших технологические инновации. Среди федеральных округов тенденция роста прослеживается





равномерная, за исключением Северо-Кавказского федерального округа (далее СКФО) и Сибирского федерального округа, у которых отмечается колебания в сторону снижения до 2,8 % за 2019 год по СКФО и до 5,6 % за 2017 год по Сибирскому федеральному округу.

Таблица 1 – Удельный вес малых предприятий, осуществлявших технологические инновации в отчетном году, в общем числе обследованных малых предприятий. Составлено автором на основе материалов Росстата [5].

Перечень федеральных округов/год	2015 г.	2017 г.	2019 г.	2021 г.	Средний темп роста (цепной)
Российская Федерация	4,5	5,2	5,9	7,1	116,5
в том числе:					
Центральный федеральный округ	4,3	5,8	6,6	7,9	122,8
Северо-Западный федеральный округ	4,3	5,5	5,5	7,1	119,0
Южный федеральный округ	3,5	4,4	5,5	6,6	123,6
Северо-Кавказский федеральный округ	1,1	2,9	2,8	4,9	178,4
Приволжский федеральный округ	5,1	5,2	6,4	7,0	111,5
Уральский федеральный округ	4,3	4,6	4,6	5,7	110,3
Сибирский федеральный округ	6,4	5,6	6,7	8,2	109,8
Дальневосточный федеральный округ	2,8	3,2	3,4	4,0	112,72

В лидерах со значением 178,4 % СКФО, аутсайдер – Сибирский федеральный округ со значением 109,84%. Несмотря на то, что Сибирский федеральный округ один из лидеров среди федеральных округов по удельному весу малых предприятий, осуществляющих технологические инновации, являясь исторической территорией с мощным развитым наукоградом, имеющим высокий научно-технический потенциал, с системообразующими научно-производственными комплексами, расположенными в Новосибирской, Томской, Омской областях и республике Алтай, средний темп один из низких, возможно по причине набранного высокого темпа роста в предыдущие периоды.

В целом, определенные государством направления инновационного развития малых предприятий реализуются, что подтверждается положительной динамикой удельного веса малых предприятий, осуществляющих технологические инновации.

Их поддержка осуществляется, созданной в Российской Федерации инфраструктурой, одной из которых является Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (Фонд содействия инновациям) [6]. Деятельность данной некоммерческой организации является одной из наиболее эффективных форм государственной политики развития инноваций. Государство, проводя постоянную докапитализацию Фонда, увеличивает объемы и количество малых инновационных предприятий, оказывая им поддержку по различным механизмам: через выделение грантов, субсидий, реализацию программ «Коммерциализация» [7], «Развитие» [8] и прочие.



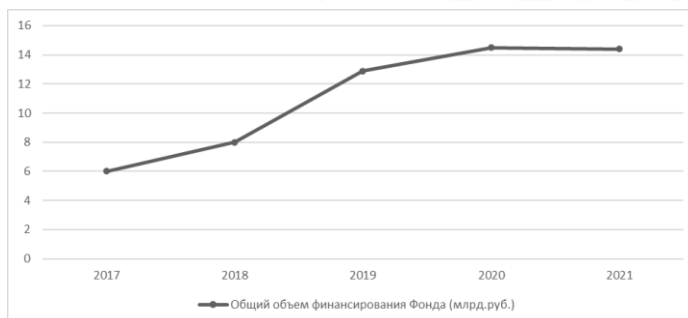


Рисунок 1 – График общего объема финансирования Фонда содействия инновациям за 2017-2021 гг. (млрд. руб.). Разработано автором на основе данных Фонда содействия инновациям

По данным рис. 1, в 2017 году общий объем финансирования Фонда содействия инновациям составлял 6 млрд. рублей, по итогам 2020-2021 гг. – более 14 млрд. рублей, ежегодно. Фонд содействия инновациям поддерживает малые предприятия посредством выделения проектам грантовых средств. Вместе с ежегодным ростом общей суммы средств грантовой поддержки, повышается и объем грантов по направлению инновационной поддержки, выделяемых бизнесу.

На официальном сайте Фонда содействия инновациям отсутствует информация о количестве малых компаний, получивших поддержку по программам «Коммерциализация» и «Развитие», поэтому данная информация в статье не представлена. Представляется возможным подготовить рекомендацию Фонду содействия инновациям о доработке сайта с учетом потребности наличия сводной аналитической информации по реализуемым программам Фонда, их эффективности и результативности: о приросте объема реализованной инновационной продукции, созданной в результате выполнения проектов; приросте количества вновь созданных и (или) модернизируемых высокопроизводительных рабочих мест и т.д.

Общий объем поддержки Фондом содействия инновациям по направлению «Инновационная поддержка» составил в 2020 году 470 млн. рублей, в 2021 году 552 млн. рублей и в 2022 году – 604 млн. рублей [9]. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства – получателей поддержки не содержит данных за 2017-2019 годы, соответственно, не представляется возможным привести информацию с целью их сопоставимости.

Доля финансирования направления «Инновационная поддержка», выделяемая Фондом содействия инновациям, составляет в диапазоне 3-3,3% от общего объема средств в год, предоставляемых Фонду, что ничтожно мало. Данная доля должна составлять 50-60%, чтобы отвечать задачам Фонда содействия инновациям и решать государственные задачи по поддержке малых и средних предприятий в научно-технической сфере.





Малое и среднее предпринимательство обладает стабилизирующим фактором для экономики благодаря гибкости и приспособляемости к конъюнктуре рынка, способности быстро изменять структуру производства, оперативно создавать и применять новые технологии и научные разработки.

Различные механизмы поддержки государства являются одной из движущих сил, способствующей развитию в том числе инновационной деятельности малого и среднего предпринимательства в России. Государство, с целью повышения качества и количества инновационных решений в компаниях, оказывает поддержку в форме создания различных фондов развития, функционирующих для выдачи различных видов денежных средств: грантов, субсидий, возмещения части затрат, ранее понесенных субъектами малого и среднего предпринимательства, для перспективных компаний.

Несмотря на то, что оказывается разнонаправленная поддержка малому и среднему бизнесу, увеличиваются объемы поддержки инновационного предпринимательства, но данный рост недостаточен для технологического прорыва страны.

Необходимо продолжать стимулирование инновационной деятельности малых предприятий со стороны государства более высокими темпами, стимулируя федеральные округа к активному участию и заинтересованности в создании и развитии малых предприятий, осуществляющих технологические инновации на их территориях, в том числе через расширение грантовой поддержки начинающих предпринимателей за счет докапитализации Фонда содействия инновациям с разработкой специализированных конкурсов по наиболее важным инновационно-технологическим направлениям.

Список использованных источников:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 02.06.2016 № 1083-р «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации до 2030 года» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2016. 13 июня. N 24 ст. 3549.

2. Федулов Д.В., Победин А.А. Инновации и их влияние на экономический рост // Экономика и управление народным хозяйством. – 2022. – № 3 (208). – С. 203-207. – DOI: 10.14451/1.208.203.

3. M. Bogers, J. West Managing Distributed Innovation Strategic Utilization of Open and User Innovation. Creativity and Innovation Management. – 2012. – № 21 (1).

4. F. Damanpour Combinative Effects of Innovation Types and organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations. Journal of Management Studies. – 2009. – № 46(4).





5. Наука, инновации и технологии: Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (дата обращения: 25.03.2023).

6. Фонда содействия инновациям // [Электронный ресурс] URL: <https://fasie.ru/fund/> (дата обращения: 25.03.2023).

7. Фонд содействия инновациям: Программ Коммерциализация // [Электронный ресурс] URL: <https://www.fasie.ru/programs/programma-kommertsializatsiya/> (дата обращения 25.03.2023).

8. Фонд содействия инновациям: Программа Развитие // [Электронный ресурс] URL: <https://www.fasie.ru/programs/programma-razvitiye/> (дата обращения: 25.03.2023).

9. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства – получателей поддержки: Статистика оказания поддержки // [Электронный ресурс] URL: <https://rmspp.nalog.ru/statistics.html#formkind=0600&statdate=15.01.2022> (дата обращения: 25.03.2023).

© Мединцева С.Г., 2023

УДК 681.3

СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА В ЭКОНОМИКЕ: СРЕДСТВА АВТОМАТИЗАЦИИ И МЕХАНИЗАЦИИ

Мелешенко М.А., Фомичева А.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Брянский государственный технический университет», Брянск

Сквозная аналитика произвела революцию в том, как работает бизнес. Он стал неотъемлемой частью процесса принятия решений в экономике. Термин сквозная аналитика относится к процессу анализа данных от начала до конца. Он включает в себя сбор, очистку, обработку, анализ и визуализацию данных для получения информации, которая может помочь предприятиям принимать обоснованные решения.

Сквозная аналитика стала важной для бизнеса во всех секторах экономики. Этот процесс помогает предприятиям выявлять закономерности, тенденции и аномалии в собираемых ими данных. Затем эту информацию можно использовать для разработки стратегий, улучшения продуктов и услуг и снижения затрат.

Поскольку мировая экономика продолжает расти, потребность в сквозной аналитике становится как никогда важной. Ежедневно генерируются огромные объемы данных, поэтому предприятия должны иметь возможность быстро и точно анализировать и интерпретировать эти данные, чтобы принимать обоснованные решения. Автоматизация и





механизация стали ключевыми средствами для достижения этой сквозной аналитики в экономике.

Автоматизация относится к процессу использования технологий для выполнения задач, которые ранее выполнялись вручную. В контексте сквозной аналитики автоматизация может использоваться для сбора и обработки данных, а также для создания отчетов и анализа. Например, инструменты автоматизированного сбора данных могут использоваться для сбора данных из различных источников, а инструменты автоматизированной аналитики могут использоваться для анализа этих данных и получения информации.

Механизация, с другой стороны, относится к использованию машин для выполнения задач, которые ранее выполнялись людьми. Это может включать в себя все, от автоматического ввода данных до использования алгоритмов машинного обучения для получения информации. Механизацию также можно использовать для автоматизации физических задач, таких как сортировка и упаковка товаров на складе.

Вместе автоматизация и механизация предлагают мощные средства сквозной аналитики в экономике. Автоматизируя сбор и обработку данных, предприятия могут сэкономить время и уменьшить количество ошибок. Механизируя задачи, предприятия могут повысить эффективность и снизить затраты. В конечном итоге это может привести к более эффективному принятию решений и улучшению бизнес-результатов.

Существует множество инструментов и технологий, доступных для предприятий, стремящихся внедрить автоматизацию и механизацию в свои сквозные аналитические процессы. К ним относятся:

1. Роботизированная автоматизация процессов (RPA) – это технология, использующая программных роботов для автоматизации повторяющихся задач. Это может включать в себя все, от ввода данных до создания отчетов. RPA может помочь компаниям сэкономить время и уменьшить количество ошибок за счет автоматизации этих задач [1].

2. Искусственный интеллект (ИИ) – относится к использованию алгоритмов машинного обучения для анализа данных и получения информации. Это может включать в себя все, от прогнозной аналитики до обработки естественного языка. ИИ может помочь предприятиям принимать более обоснованные решения, предоставляя информацию, которую было бы трудно или невозможно получить вручную [2].

3. Интернет вещей (IoT) – относится к сети устройств, которые подключены к Интернету и могут взаимодействовать друг с другом. Это может включать в себя все, от датчиков на заводе до интеллектуальных устройств в доме. IoT может помочь предприятиям собирать данные в





режиме реального времени и автоматизировать задачи на основе этих данных [3].

4. Облачные вычисления – Облачные вычисления относятся к использованию удаленных серверов для хранения, управления и обработки данных. Это может помочь предприятиям сократить расходы и повысить масштабируемость за счет устранения необходимости в локальных серверах [4].

5. Аналитика больших данных – относится к процессу анализа больших и сложных наборов данных. Это может включать в себя все, от данных социальных сетей до данных датчиков. Аналитика больших данных может помочь компаниям получать информацию, которую было бы трудно или невозможно получить вручную [5].

Поскольку мировая экономика продолжает расти, потребность в сквозной аналитике будет только возрастать. Автоматизация и механизация предлагают мощные средства для достижения этой цели, позволяя предприятиям экономить время, уменьшать количество ошибок и улучшать процесс принятия решений. Используя новейшие инструменты и технологии, предприятия могут оставаться на шаг впереди и стимулировать рост в эпоху цифровых технологий.

Список использованных источников:

1. Роботизированная автоматизация процессов (RPA) // tadviser.ru. [Электронный ресурс] – URL: <https://clck.ru/33Lt6n> (дата обращения: 05.05.2023).

2. Что такое искусственный интеллект? // oracle.com [Электронный ресурс] – URL: <https://www.oracle.com/cis/artificial-intelligence/what-is-ai/> (дата обращения: 04.05.2023).

3. Что такое Интернет вещей (IoT)? // kaspersky.ru [Электронный ресурс] – URL: <https://www.kaspersky.ru/resource-center/definitions/what-is-iot> (дата обращения: 05.05.2023).

4. Что такое облачные вычисления? // amazon.com [Электронный ресурс] – URL: <https://aws.amazon.com/ru/what-is-cloud-computing/> (дата обращения: 04.05.2023).

5. Что такое аналитика больших данных? // amazon.com [Электронный ресурс] – URL: <https://azure.microsoft.com/ru-ru/resources/cloud-computing-dictionary/what-is-big-data-analytics> (дата обращения: 03.05.2023).

© Мелешенко М.А., Фомичева А.А., 2023





УДК 330

ЦИФРОВАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ ВАЛЮТА: ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Мелешенко А.А.

Брянский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования

«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Брянск

Мелешенко М.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Брянский государственный технический университет», Брянск

Недавнее объявление российского правительства о своем плане ввести цифровой рубль вызвало настоящий переполох в финансовом мире. С одной стороны, этот шаг рассматривается как шаг к модернизации финансовой системы страны и расширению доступа к финансовым услугам. С другой стороны, это также вызвало беспокойство по поводу потенциальных рисков и проблем, связанных с внедрением цифровой валюты. В этой статье мы рассмотрим проблемы внедрения и перспективы использования цифрового рубля.

В последние годы мир стал свидетелем перехода к цифровым валютам. С появлением технологии блокчейн и криптовалют концепция цифровых валют стала предметом интереса для многих стран. Россия не является исключением, так как объявила о планах по запуску собственной цифровой валюты – цифрового рубля.

Цифровой рубль – это цифровая валюта Центрального банка [1]. Эта цифровая валюта предназначена для работы наряду с наличными и безналичными рублями и имеет одинаковый с ними правовой статус. По мнению Банка России, цифровой рубль позволит проводить более быстрые и дешевые платежи, снизит риски отмывания денег и других финансовых преступлений, повысит эффективность финансовой системы.

Однако внедрение цифрового рубля не обходится без проблем [2]. Одной из основных проблем является потенциальное воздействие на традиционную банковскую систему. Введение цифрового рубля может привести к значительному снижению спроса на традиционные банковские депозиты, что может негативно сказаться на прибыльности и устойчивости банков. Цифровой рубль позволит физическим и юридическим лицам совершать транзакции без необходимости в банке, что может привести к снижению спроса на банковские услуги. Это, в свою очередь, может привести к снижению прибыли банков и потенциальной потере рабочих мест.

Более того, цифровой рубль потенциально может создать новые риски для финансовой системы, такие как кибератаки, сбои в работе и





мошенничество. Анонимность цифрового рубля может облегчить преступникам перемещение денег без обнаружения, что, предположительно, предоставит возможность использования цифрового рубля для незаконных действий, таких как отмывание денег и финансирование терроризма. С другой стороны, транзакции будут записываться в блокчейн, что усложнит манипулирование записями мошенникам.

Еще одна проблема заключается в необходимости обеспечить широкое распространение цифрового рубля и принятие его населением. Для этого Банку России необходимо будет инвестировать в образовательные и информационные кампании, чтобы помочь людям понять преимущества и риски цифрового рубля. Кроме того, Банку России необходимо будет создать удобную и безопасную цифровую платформу для выпуска и хранения цифровых рублей [3].

Несмотря на эти проблемы, перспективы цифрового рубля многообещающие. Использование цифровых валют стремительно растет во всем мире, и цифровой рубль имеет все шансы стать ведущей цифровой валютой в евразийском регионе. Цифровой рубль также может способствовать расширению доступа к финансовым продуктам, особенно для тех, кто не имеет доступа к традиционным банковским услугам. Кроме того, цифровой рубль потенциально может снизить зависимость российской экономики от иностранных валют [4].

Цифровые национальные валюты или цифровые валюты центральных банков (CBDC) находятся на подъеме, поскольку страны изучают потенциал использования цифровых валют для модернизации своих финансовых систем. Несколько стран либо запустили, либо тестируют свои цифровые валюты, и опыт использования этих валют варьируется от страны к стране.

Китай, например, тестирует свой цифровой юань с 2020 года, и эта валюта используется в нескольких городах страны. Пользователи могут загрузить приложение цифрового кошелька и связать его со своими банковскими счетами, чтобы использовать цифровой юань для транзакций. Цифровой юань принимается в различных магазинах, включая супермаркеты, рестораны и даже торговые автоматы. Пользователи сообщают о простоте использования и удобстве совершения транзакций с цифровым юанем.

В Швеции Риксбанк, центральный банк страны, изучает возможность запуска своей цифровой валюты, электронной кроны. Ожидается, что валюта станет безопасным и эффективным платежным средством и уменьшит зависимость Швеции от наличных денег. Электронная крона все еще находится на стадии тестирования, но пользователи выразили





обеспокоенность по поводу конфиденциальности и безопасности, поскольку валюта работает на централизованной платформе, которая может быть уязвима для кибератак.

В 2020 году центральный банк Багамских островов запустил песочный доллар, цифровую валюту страны. Песчаный доллар предназначен для обеспечения доступа к финансовым услугам в отдаленных и недостаточно обслуживаемых районах страны. Пользователи могут загрузить приложение цифрового кошелька и связать его со своей национальной идентификационной картой, чтобы использовать песочный доллар. Sand Dollar был хорошо принят пользователями, которые ценят его удобство и доступность.

В США Федеральная резервная система изучает возможность запуска цифрового доллара. Цифровой доллар обеспечит безопасное и эффективное средство платежа и уменьшит зависимость от наличных денег. Однако запуск цифрового доллара все еще находится на стадии планирования и еще не реализован.

В заключение отметим, что внедрение цифрового рубля – сложный и многогранный процесс, требующий тщательного учета потенциальных рисков и выгод. Хотя проблемы, безусловно, предстоит преодолеть, перспективы цифрового рубля многообещающие, и в конечном итоге он может сыграть важную роль в модернизации российской финансовой системы и расширении доступа к финансовым услугам. По мере того, как Банк России продвигает свои планы по цифровому рублю, всем заинтересованным сторонам будет важно работать вместе для решения проблем и обеспечения успеха этого амбициозного проекта. Опыт использования цифровых национальных валют варьируется от страны к стране. В то время как некоторые пользователи ценят простоту использования и удобство цифровых валют, другие выражают озабоченность по поводу конфиденциальности и безопасности. Поскольку все больше стран изучают потенциал использования цифровых валют, еще неизвестно, как эти валюты будут приняты и интегрированы в глобальную финансовую систему.

Список использованных источников:

1. Цифровой рубль \ \ Банк России - [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/fintech/dr/> (дата обращения: 30.04.2023).
2. Семеко Галина Викторовна ЦИФРОВАЯ ВАЛЮТА ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКОВ : ПРИНЦИПЫ, ПОТЕНЦИАЛ И ПРОБЛЕМЫ // Социальные новации и социальные науки. 2022. №1 (6). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-valyuta-tsentralnyh-bankov-printsipy-potentsial-i-problemy> (дата обращения: 01.05.2023).





3. «Банк России намечает планы цифрового рубля». Financial Times, 13 октября 2020 г. - [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2020/10/13/843161-bank-rossii> (дата обращения: 01.05.2023).

4. Нестеров, И.О. (2023) «Цифровые валюты центральных банков: инновационный инструмент для более эффективных внутренних и международных расчетов», Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика, 39 (1), с. 33–54. - [Электронный ресурс]. URL: <https://doi.org/10.21638/spbu05.2023.102> (дата обращения: 30.04.2023).

© Мелешенко А.А., Мелешенко М.А., 2023

УДК 338

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Меркулова К.А., Усачева А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Сфера услуг в современном мире занимает с каждым годом более устойчивые позиции в экономике, как определенной страны, так и мира в целом. Развитая сфера услуг в государстве говорит о положительной динамике в экономике страны. По мере формирования в нашей стране постиндустриального информационного общества, роль сферы услуг будет неуклонно возрастать, поскольку потребности населения постоянно растут, а их разнообразие расширяется.

Ряд определений сферы услуг отражает ее масштабы и функциональное назначение. По одному из таких определений, чрезмерно суженному, по нашему мнению, под сферой услуг предлагается понимать совокупность отраслей, подотраслей и видов деятельности, функциональное назначение которых в системе общественного производства выражается в производстве и реализации услуг и духовных благ только для населения [1].

Сфера услуг занимает основную часть в экономике развитых стран по числу работников, занятых в данной сфере [2]. Данный сектор услуг производит нематериальные товары, в которые входят: транспортные услуги; информационные, а также компьютерные услуги; профессиональные услуги; услуги с области отдыха; деловые услуги и прочие.

Сфера услуг, выступая связующим звеном между отраслями, субъектами и личностями, подвергается изменениям, которые затрагивают





разные стороны социально-экономической жизни общества и разных участников отношений и влияют на характер преобразований во всех составляющих жизнедеятельности российского общества. Эти изменения могут ускоряться на инновационной основе [3] или же сдерживаться по причинам разного характера.

На протяжении двух последних десятилетий наблюдается тенденция повышения роли услуг в экономике стран мира. Ускоренные развития сферы услуг для воздействия на экономический рост – главная задача, как для развитых, так и для развивающихся стран. Важнейшей закономерностью последних десятилетий является трансформация индустриальной экономики в постиндустриальную, или экономику услуг. В основе этого объективного процесса лежит поступательное движение производительных сил, что в свою очередь влечет за собой рост производительности труда и других факторов производства.

Важнейшая закономерность эволюций сферы услуг заключается в том, что она развивается не в изоляции от материального производства, а в интеграции этих видов деятельности, и от глубины интеграций во многом зависит эффективность современного хозяйства. Рост взаимодействия и взаимопроникновения вещной продукции и услуг идет по нескольким направлениям.

Нередко, экономика сферы услуг привлекает небольшие бизнесы и частных предпринимателей, так как для старта бизнеса в данной отрасли не требуется больших вложений и можно быстро начать получать прибыль. Но также в этой сфере можно наблюдать множество затрат на рекламу, маркетинг, улучшение качества услуг и привлечение новых клиентов.

Экономика сферы услуг имеет хорошие перспективы на будущее. Сфера услуг является одним из самых динамично развивающихся сегментов экономики, а стоимость услуг, как правило, выше, чем стоимость товаров.

Считается, что сфера услуг будет продолжать расти, поскольку в развитых странах потребность в услугах превышает потребность в товарах. В современном мире услуги включают в себя все большее количество секторов, таких как образование, здравоохранение, информационные технологии, сфера красоты и т.д. Также все больше людей отдают предпочтение услугам на основе подписки и облачных сервисов, что позволяет компаниям получать стабильную прибыль. В целом, экономика сферы услуг будет продолжать эволюционировать в направлении большей автоматизации, цифровизации и использования новых технологий для обеспечения более эффективной и доступной услуг.





Среди основных факторов, определяющих рост экономики сферы услуг, можно выделить:

Рост доходов населения и улучшение уровня жизни. При увеличении доходов у людей вырастает спрос на услуги, такие как туризм, культура, образование, медицина и т.д.

Развитие информационных технологий. С развитием IT-сферы все больше услуг становятся доступными онлайн: образование, здравоохранение, банковские и финансовые услуги, торговля и многое другое.

Спрос на услуги в связи с демографическими изменениями. Рост численности старшего населения может привести к увеличению спроса на медицинские, культурные и другие услуги.

Повышение лояльности клиентов к услугам. Меняющиеся предпочтения клиентов и их потребностей позволяют направлять усилия на улучшение качества услуг и их индивидуализации.

Таким образом, можно сказать, что экономика сферы услуг имеет большой потенциал для роста в будущем, и те компании, которые смогут адаптироваться к новым условиям и предложить клиентам качественные услуги, смогут занять крепкие позиции на рынке и обеспечить стабильный рост.

Список использованных источников:

1. Проблема эффективности в XXI веке: экономика США. – М.: Наука. 2006. С. 327.

2. Демидова, Л.С. Сфера услуг в постиндустриальной экономике // Мировая экономика и международные отношения. – 1999. – № 2. С. 24.

3. Shcherpakin M.B., Khandamova E.F., Fitsurina M.S., Kuznetsova O.A., Shumsky N.V. Marketing tools of innovation development management // Espacios. – 2018. – № 31. – P. 9.

© Меркулова К.А., Усачева А.С., 2023

УДК 336.7

РИСКИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Минич В.П.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

В настоящее время популярностью среди людей пользуются цифровые финансовые услуги, интернет-магазины, различные способы заработка в сети Интернет. Цифровые финансовые услуги – это спектр





мобильных финансовых услуг, доступных и предоставляемых по цифровым каналам, включая осуществление платежей, денежных переводов, обслуживание кредитов, сбережений и страхования.

Зачастую из-за недостаточного знания цифровых технологий, а также сильного желания улучшить свое финансовое положение потребители сталкиваются с финансовыми рисками в сети Интернет. Под финансовыми рисками понимается вероятность потери денежных средств.

Основные существующие риски можно разделить на следующие группы:

1. Риски, возникающие из особенностей поведения потребителей: недостаточные знания цифровой грамотности; легкость совершения финансовой операции; поведенческие искажения.

2. Риски, возникающие из-за несовершенства рынка цифровых финансовых услуг: использование компаниями знаний о пользовательской активности онлайн отдельного потребителя для подталкивания его к той или иной финансовой операции; уязвимость услуг перед цифровыми мошенничествами, включая: фишинг, фарминг, взлом и другие.

3. Риски, возникающие из-за особенностей технологий цифровых финансовых услуг: принятие решений на основе алгоритмов; ненадежность связи, сбои в работе программ.

4. Риски, возникающие из-за несовершенного регулирования цифровых финансовых услуг: недостаточная защита собираемых персональных данных граждан; недостаток координации между различными ведомствами внутри страны или между регуляторами разных стран; дискриминации пользователей, при использовании цифровых технологий.

5. Риски, связанные с кибермошенничеством [1].

В Республике Беларусь граждане сталкиваются с различными финансовыми рисками, причем большинство из них вызваны кибермошенничеством.

Для того чтобы бороться с кибермошенничеством, в августе 2018 г. в Национальном банке Республики Беларусь был создан Центр мониторинга и реагирования на компьютерные угрозы в кредитно-финансовой сфере (далее – FinCERTby). Данный отдел на постоянной основе проводит мониторинг несанкционированных операций, а также сбор информации о компьютерных атаках на банки и НКФО. На основании поступивших данных о попытках кибератак в кредитно-финансовой сфере FinCERTby подготавливает информационные рассылки, включающие в себя обзор и анализ полученной от банков информации, а также экстренные оповещения об актуальных угрозах.





Рассмотрим основные показатели, характеризующие распространённость кибермошенничества в Республике Беларусь. На рис. 1 представлено количество сообщений об инцидентах о кибермошенничестве, поступившие в FinCERTby от банков и НКФО в 2019-2021 гг.

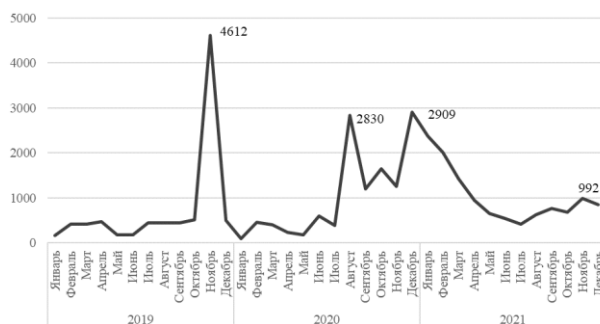


Рисунок 1 – Динамика зафиксированных инцидентов о кибермошенничестве, поступивших от банков и НКФО Республики Беларусь за 2019-2021 гг., ед. Разработка автора на основании [2].

Исходя из данных, представленных на рисунке, можно заметить, что существует «всплеск» инцидентов в ноябре-декабре каждого года. При этом наибольшее количество зарегистрированных сообщений приходится на 2019 г. Такой резкий рост показателей вызван ростом количества случаев, связанных с социальной инженерией и несанкционированными денежными переводами, которые возросли почти в 6 раз.

Далее наблюдается резкий спад инцидентов, и в начале 2020 года количество случаев варьируется от 88 до 390. Такой спад обусловлен тем, что старые схемы мошенничества стали неактуальны. В этот период злоумышленники сфокусировались на поиске новых схем и методов мошенничества.

В августе и декабре 2020 г. было зафиксировано наибольшее количество сообщений от банков и НКФО. Если в декабре это было связано с подготовкой к новогодним праздникам, то в августе объяснить такое увеличение случаев мошенничества затруднительно, так как базы данных конфиденциальной информации о клиентах банков перепродаются одной группой мошенников другой.

В 2021 году количество инцидентов начинает постепенно сокращаться, но при этом их годовое значение остается на прежнем уровне.

Инциденты классифицируются на две группы: инциденты в отношении клиентов, банков с использованием компьютерной техники и инциденты по линии информационной безопасности (в отношении компьютерной техники). Содержание каждой группы инцидентов, а также их количество и структура представлены в табл. 1.





Таблица 1 – Инциденты в отношении клиентов, банков, а также с использованием компьютерной техники. Разработано автором на основании [2].

Описание типа инцидента	2019		2020		2021	
	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %	кол-во, ед.	уд. вес, %
Попытки совершения несанкционированного перевода денежных средств в результате обмана или злоупотребления доверием	7 038	80,26	3 793	31,15	2 476	20,21
Попытки совершения несанкционированного перевода денежных средств с использованием метода социальной инженерии «Вишинг»	–	–	6 723	55,21	6 565	53,57
Рассылка вредоносного программного обеспечения, фишинговых ссылок	1 589	18,12	286	2,35	71	0,58
Попытки совершения несанкционированных операций без присутствия банковской платежной карточки	–	–	182	1,49	71	0,58
Выявление поддельных сайтов (аккаунтов) банков и других организаций	38	0,43	246	2,02	357	2,91
Попытки совершения несанкционированных операций в результате иных причин	–	–	871	7,15	2 650	21,63
Попытки сканирования портов для взлома сети	58	0,66	41	0,34	36	0,29
Использование SQL-инъекций	6	0,07	1	0,01	–	–
Зафиксированные DDoS-атаки на банки и НКФО	9	0,10	5	0,04	8	0,07
Брутфорс (взлом учетных записей посредством автоматизированного подбора комбинаций паролей и логинов)	2	0,02	3	0,02	4	0,03
Выявление попыток эксплуатации уязвимостей	29	0,33	1	0,01	1	0,01
Попытки физического и/или логического воздействия на объекты информационной инфраструктуры	–	–	2	0,02	14	0,11
Выявленные факты установки скиммеров/шиммеров на банкоматы	–	–	6	0,05	–	–
Итого	8 769	100	12 178	100	12 254	100

Данные таблицы отражают, что несмотря на то, что применяются различные методы для борьбы с кибермошенничеством, количество зафиксированных инцидентов растет. Если в 2019 г. их было 8769, то к 2021 г. их число увеличилось на 39,7% и составило 12254 сообщений об инцидентах в год.

Также следует заметить, что в разные годы кибермошенники используют различные способы незаконного обогащения. Например, в 2019 г. наибольшее количество инцидентов было зарегистрировано по попыткам совершения несанкционированного перевода денежных средств в результате обмана или злоупотребления доверием клиентов. Однако в последующие годы их количество значительно снижается. При этом большая часть зафиксированных инцидентов в 2020-2021 г. приходится на попытки совершения несанкционированного перевода денежных средств с использованием метода социальной инженерии «Вишинг». Под «вишингом» понимается один из методов мошенничества с использованием социальной инженерии, который заключается в том, что злоумышленники, используя телефонную коммуникацию и выступая под чужим именем, под разными предлогами выманивают у держателя платежной карты конфиденциальную информацию или стимулируют к совершению нужных им действий со своим карточным счетом.

Помимо «Вишинга» значительную часть занимают попытки совершения несанкционированного перевода денежных средств в результате обмана или злоупотребления доверием. Но несмотря на то, что





данный инцидент является одним из распространенных, можно заметить уменьшение данных случаев к 2021 г.

Также значительную часть инцидентов составляют рассылки вредоносного программного обеспечения, фишинговых ссылок; создание поддельных сайтов (аккаунтов) банков и других организаций, а также попытки совершения несанкционированных операций в результате иных причин, значения которых заметно варьируются с года в год.

По данным исследования Kaspersky, в 2022 году 45% белорусских пользователей столкнулись с мошенническими действиями, в результате которых у них пытались выманить деньги, платежную информацию или данные от входа в интернет-банкинг. Атакующие использовали для своих схем различные каналы связи: звонки, текстовые сообщения, электронную почту, социальные сети, сайты с объявлениями [3].

В феврале 2023 года более 50 белорусов обратились в милицию с заявлением о хищении средств с банковской карты после попытки оплатить жилищно-коммунальные услуги через интернет. Все жертвы мошенников не использовали для оплаты услуг официальные мобильные приложения своих банков, а переходили по ссылкам через интернет-поиск. На поддельных страницах люди вводили данные своих карточек и теряли деньги, которые находились на их счету в тот момент. В данном случае пользователи наткнулись на фишинговые сайты [4].

Также люди теряли свои денежные средства, когда осуществляли покупки в интернет-магазинах; поступали сообщения о различных выигрышах; вкладывали денежные средства в инвестиционные проекты; покупали различные обучающие курсы; в иных случаях.

Несмотря на то, что Национальным банком Республики Беларусь используются различные способы по противодействию киберпреступности в финансовой сфере, граждане должны самостоятельно уметь защититься от интернет-мошенников. Для этого необходимо соблюдать основные правила безопасности в интернете:

- уделить время для повышения цифровой и финансовой грамотности;
- использовать отдельный пароль для каждого сервиса;
- использовать двухэтапную аутентификацию для сохранности данных;

- следить за обновлением антивирусной программы на своем компьютере;

- перед тем как ввести логин и пароль на сайте, проверять адресную строку (она должна начинаться с <http://> или <https://>);

- не пользоваться неофициальными веб-страницами банков;

- не делать покупки у неизвестных интернет-магазинов и не отсылать деньги в неизвестные компании;





не регистрироваться на сомнительных сайтах и не привязывать к ним банковские карточки.

В интернете существует множество способов, из-за которых можно лишиться своих денег. Перечисленные правила помогут не потерять денежные средства в интернет-пространстве.

Список использованных источников:

1. Основные риски цифровизации финансовых услуг // Государственное автономное учреждение «Иркутский областной многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mfc38.ru/information-service/informatsiya-ot-vedomstv/5604-osnovnye-riski-tsifrovizatsii-finansovykh-uslug?utm_source=yandex.by&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.by&utm_referrer=yandex.by. – Дата доступа: 30.03.2023.

2. Финансовая стабильность в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/finstabrep>. – Дата доступа: 09.05.2023.

3. Киберпреступления // Новости Беларуси|БелТА [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.belta.by/society/view/chislo-kiberprestuplenij-snizilos-pochti-vdvoe-zampred-sk-o-tendentsijah-v-oblasti-it-prestuplenij-496880-2022/>. – Дата доступа: 30.03.2023.

4. Мошенничество в Беларуси // Федерация профсоюзов Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://1prof.by/news/v-strane/lishilis-deneg-oplativ-kommunalku-cherez-internet-novyj-vid-moshennichestva-nabiraet-oboroty-v-belarusi/>. – Дата доступа: 30.03.2023.

© Минич В.П., 2023





УДК 336.221.4

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ В РОССИИ И ЕГО ЭФФЕКТ НА ЭКОНОМИКУ

Мирзикаева Д.Р., Морозова Д.В., Прокопенко П.П.

Уральский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Екатеринбург

Торопова И.В.

Уральский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Екатеринбург

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

Тема налогообложения и регулирования криптовалюты является актуальной не только в России, но и в других странах, поскольку использование криптовалюты как средства оплаты, сохранения и инвестирования становится все более распространенным. Органы власти и законодатели с увеличением числа операций с криптовалютой становятся более заинтересованными в определении правил и регулировании этих операций.

Именно поэтому главная задача в раскрытии данного вопроса, которую мы поставили – это рассмотреть международные тренды в налогообложении криптовалюты и оценить, насколько российская система налогообложения соответствует этим трендам. Для выполнения работы были применены различные методы, включающие анализ информации о состоянии криптовалютного рынка, теоретическое изучение и сбор данных о действующем налоговом регулировании криптовалюты в России и других стран. Мы провели анализ данных о состоянии и динамике криптовалютного рынка, а также о его налогообложении, опираясь на мнения участников рынка и экспертов в этой области. Для сбора информации мы использовали различные источники, такие как официальные отчеты финансовых регуляторов, нормативно-правовые акты, аналитические агентства, а также издания в прессе и журналах.

Вопросами правового регулирования криптовалюты в различных странах занимались такие отечественные авторы, как Егорова М.А., Ёлохова И.В., Кузьмичев М.Г., Фадеев И.В., Фиалковская И.Д. и др. Отмеченные ученые, в своих исследованиях, отдельно изучали элементы





криптовалютной инфраструктуры, что свидетельствует о недостаточной информации об эффективности криптовалют в целом.

Одним из главных проблем, связанных с криптовалютой, является необходимость разработки подходящих налоговых правил и законов для регулирования операций с криптовалютой. Криптовалютные операции могут быть сложными, и их правоприменение может быть неоднозначным, что может привести к проблемам с налоговыми органами власти.

Кроме того, криптовалюты могут быть связаны с финансовым мошенничеством и легализацией доходов, что требует более жесткого регулирования и контроля. В соответствии с этим правительства разрабатывают новые законы и политики, чтобы бороться с этими проблемами. Согласно отчету компании Chainalysis, за первые 10 месяцев 2021 года общий объем убытков от краж криптовалют составил \$4,2 млрд., что на 150% превышает все убытки за весь 2020 год. Кроме того, были выведены на рынок фейковые проекты ICO, которые привлекали инвесторов крупными доходами, но в итоге исчезли вместе с деньгами. Всего за 2021 год более 500 ICO оказались мошенническими [1].

Ожидается, что в 2023 году мошеннических проектов с криптовалютой будет еще больше, так как все больше людей интересуются криптовалютами и готовы инвестировать их сбережения. Однако, если будет принята более эффективная регуляторная политика, то количество мошенничеств может снизиться.

Позиция международного сообщества в отношении цифровых активов еще не утверждена. Уоррен Баффет считает криптовалюту временным явлением с завышенной ценой, в то время как Илон Маск высказывает поддержку токенам, но время от времени изменяет свое мнение о Bitcoin [2].

Будущее цифровых монет рассматривают эксперты по-разному. Сергей Трошин, руководитель облачного дата-центра Six Nines, считает, что токены будут приняты регуляторами по всему миру, но некоторые из них останутся за пределами новых законов и будут использоваться для обхода государственных ограничений. Макс Крупышев, CEO криптовалютного проекта CoinsPaid, считает, что одним из возможных путей развития событий будет проникновение цифрового и традиционных рынков друг в друга, что приведет к созданию общей экосистемы, где один сектор экономики будет представлен в другом [2].

На сегодняшний день в России продолжается этап становления и регулирования криптовалютного рынка и определения правового статуса криптовалюты. Стоит отметить, что нынешнее состояние регулирования криптовалюты на российском рынке отличается от ситуации, которая была еще несколько лет назад. Начиная с 2019 года, правительство РФ внесло





ряд изменений в законодательство, направленных на усиление контроля над операциями с криптовалютой. На данный момент действует Федеральный закон «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 31.07.2020 N 259-ФЗ (ЦФА), который вводит ряд требований для любых сделок с криптовалютой. В частности, этот закон определяет категории криптовалютных операций, введены новые обязательства для участников рынка, такие как получение лицензий и регистраций. Закон устанавливает определения цифровых активов и цифровой валюты, а также определяет порядок их выпуска, обращения и хранения. Он также устанавливает требования к участникам рынка цифровых активов, в том числе к организаторам сделок. В соответствии с законом, операции с цифровыми активами и цифровой валютой должны осуществляться через специальные платежные операторы, зарегистрированные в ЦБ РФ. Также в законе определены требования к информационной безопасности участников рынка цифровых активов [3].

В феврале 2022 г. Минфин разработал законопроект о майнинге и криптовалюте. Документ может предусматривать правовой статус криптовалюты как объекта инвестирования, но не как средства платежа. Таким образом, люди смогут инвестировать в криптовалюты через различные инструменты, такие как биржевые фонды, инвестиционные фонды, деривативы, и т.д. [4]. В ноябре 2022 года в Госдуме начали разрабатывать проект поправок для создания в России национальной криптобиржи. Депутаты встречались с участниками рынка и обсуждали поправки в закон «О цифровых финансовых активах». В России также действует Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 07.08.2001 N 115-ФЗ. Этот закон обязывает участников рынка криптовалюты проходить процедуру идентификации, а также сообщать о подозрительных операциях [5].

Также есть некоторые страны, которые вводят свои собственные цифровые валюты, чтобы укрепить суверенитет своей экономики и обойти санкции со стороны других стран. В целом, отношение к криптовалютам еще не однозначно, и многие страны только начинают изучать их потенциал.

В США криптовалюта рассматривается как имущество и считается легальным платежным средством, для более удобного отслеживания торговли криптовалютой, в Соединенных Штатах разрешена работа криптовалютных бирж. Ставка налога зависит от конкретной операции, так, например, доходы от криптовалюты до года считаются как доходы физических лиц и прибыль от них облагается налогом от 10 до 37% [7].





Если инвестор не продает криптовалюту более года, она считается долгосрочной инвестицией. В этом случае начиная с 41676 тысяч долларов США полученной прибыли ставка налога составляет 15%. А если криптовалюта принесла владельцу более 459750 тысяч долларов США, то налоговая ставка уже будет составлять до 20% [6].

В Эстонии ставка налога на криптовалюту составляет 20% от прибыли, полученной при продаже криптовалюты. При этом не взимается НДС по операциям с криптовалютой. Кроме того, в Эстонии введена система электронной идентификации, которая используется в бизнес-сфере и среди населения. Она позволяет быстро и безопасно проходить онлайн-контроль, в том числе операции с криптовалютами [7].

В Японии введен налог на криптовалюту, который был утвержден правительством в 2017 году. Налоговая ставка на доходы от криптовалют составляет 15-55%, в зависимости от дохода. Кроме того, в Японии действует налог на добавленную стоимость (НДС) на покупку криптовалют. Налоговая ставка составляет 10% [8]. Также следует отметить, что японские биржи криптовалют имеют обязательства по отчетности о транзакциях своих клиентов налоговым органам Японии. Это позволяет властям страны отслеживать движение криптовалют и установить налоговую ответственность для инвесторов.

Криптовалюта официально запрещена в Китае с 2019 года. Народный банк Китая, запретил использование криптовалют для проведения платежей и отозвал лицензии на добычу криптовалют в стране. Добыча, обмен и хранение криптовалют в Китае являются незаконными деятелями, и могут привести к штрафам и аресту. Однако, некоторые граждане все еще продолжают использовать криптовалюты через зарубежные биржи [9].

Согласно федеральному закону № 259 «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в России криптовалюта считается имуществом, но не является платежным средством.

В России существует несколько налоговых режимов, которые могут быть применены к операциям с криптовалютой:

Налог на доходы физических лиц (НДФЛ). Если физическое лицо получило доход в виде криптовалюты, то этот доход облагается налогом по ставке 13%. НДФЛ уплачивается при продаже криптовалюты на рубли или другую валюту, а на доход свыше 5000000 руб. ставка достигает 15%. Если же физическое лицо просто хранит криптовалюту, не используя ее для получения доходов, то нет необходимости уплачивать налоги.

Специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход». Если физическое лицо зарабатывает на криптовалюте путем





майнинга, то на него будет действовать федеральный закон «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» от 27 ноября 2018 года N 422-ФЗ. В соответствии с данным законом доход облагается налогом в 6% [10].

Однако на практике существует ряд проблем с налогообложением криптовалюты, так как законодательство до конца не регулирует эту область. Например, не определено, как рассчитывать налогооблагаемую базу при торговле на криптовалютных биржах, и как учитывать потери, связанные с кражей криптовалюты или ее хакерскими атаками.

Сопоставляя результаты, полученные в данной статье, с ранее опубликованными исследованиями по этой теме, можно отметить, что были учтены мнения участников рынка и экспертов в области, а также использованы различные источники информации, такие как официальные отчеты финансовых регуляторов, аналитические агентства, прессу и журналы.

С одной стороны, многие эксперты считают, что более жесткое регулирование может узаконить зарождающийся рынок, позволяя большему количеству предприятий принимать цифровые валюты, повышая их стоимость и защищая от мошенничества, одновременно снижая волатильность и преступную деятельность. А с другой стороны, многие также опасаются, что регулирование криптовалюты может эффективно ограничить ее одноранговую природу.

Результаты исследования, полученные в статье, могут быть использованы для разработки более эффективной регуляторной политики и увеличения доверия к криптовалюте как средству оплаты, инвестирования и сохранения.

Действующее законодательство о налогообложении криптовалют в России позволяет сделать вывод, что его не хватает для полноценного налогообложения операций с криптовалютами. Они подчеркивают, что надлежащее налогообложение криптовалют может иметь прямое влияние на экономику страны, особенно на ее бюджет, поскольку это позволит увеличить доходы бюджета за счет налогов с криптовалютных операций.

В целом, налогообложение криптовалют должно улучшаться, чтобы обеспечить полноценное и надлежащее налогообложение операций с криптовалютами. Это может привести к увеличению доходов бюджета, улучшению регулирования криптовалютного рынка и предоставлению новых возможностей для развития инновационных технологий в стране.

Список использованных источников:

1. Сайт TAdviser - российский интернет-портал и аналитическое агентство [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tadviser.ru/> (дата обращения: 09.04.2023).





2. Новостной портал РБК [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/crypto/news/6075d1439a794719e4fe7d3f> (дата обращения: 26.04.2023)

3. Федеральный закон "О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 31.07.2020 N 259-ФЗ. Доступ из Справочно-правовой системы "КонсультантПлюс".

4. Новостной портал Ведомости. [Электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2022/05/27/923934-minfin-dorabotal-svoi-zakonoproekt-po-kriptovalyutam> (дата обращения: 10.04.2023).

5. Федеральный закон "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма" от 07.08.2001 N 115-ФЗ. Доступ из Справочно-правовой системы "КонсультантПлюс".

6. Сайт компании Immigrant Invest [Электронный ресурс]. URL: <https://immigrantinvest.com/ru/blog/cryptocurrency-taxes-in-the-world/> (дата обращения: 26.04.2023).

7. Фиалковская И.Д. Трансформация государственно-правовой реальности в условиях развития цифровой экономики на основе технологии блокчейн // Вестник ННГУ. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-gosudarstvenno-pravovoy-realnosti-v-usloviyah-razvitiya-tsifrovoy-ekonomiki-na-osnove-tehnologii-blokcheyn> (дата обращения: 10.04.2023).

8. Новостной портал РБК [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/58df61919a79476eb3bacbf4> (дата обращения: 10.04.2023).

9. Фадеев И.В. Правовой статус криптовалюты в РФ и зарубежных странах // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №5-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovoy-status-kriptoalyuty-v-rf-i-zarubezhnyh-stranah> (дата обращения: 10.04.2023).

10. Новостной портал РБК [Электронный ресурс]. URL: <https://rbc.ru/turbopages.org/rbc.ru/s/crypto/news/63aac1769a794732639bd606> (дата обращения: 10.04.2023).

© Мирзикаева Д.Р., Морозова Д.В.,
Прокопенко П.П., Торопова И.В., 2023





УДК 347.73

НЕЗАКОННЫЕ СПОСОБЫ СОКРАЩЕНИЯ ВЫПЛАТЫ НАЛОГОВ ТОРГОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ И ИХ ПОСЛЕДСТВИЯ

Мирзоян Г.А.

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

Уплачивая налоги, налогоплательщики России, включая торговые организации, формируют основную доходную часть бюджета государства, региона и муниципальных образований, средства которых в дальнейшем используются для предоставления государственных и муниципальных услуг, обеспечения социального и экономического развития общества. Для каждой организации уплата налогов является обязательной вещью, поскольку уклонение от нее приводит к административной и уголовной ответственности [5].

В нынешнее время налоги являются основой при формировании системы финансовых и экономических отношений на макроэкономическом уровне. Налоги выполняют функцию формирования доходов бюджетных и внебюджетных фондов, находящихся под управлением государства. Без налогов невозможно функционирование бюджетной системы и общественного сектора национальной экономики.

Но на сегодняшний день существуют различные риски, которые приводят к потере денежных средств предприятиями, которые совершили ошибку в рамках формирования налоговой отчетности или осуществления налоговых выплат в бюджетные фонды. Налоговый риск, с точки зрения предприятия – это вероятность доначисления ему налогов, пеней и штрафов в ходе налоговой проверки из-за возникших по вине налогоплательщика нарушений налогового законодательства РФ [1].

Одной из форм налоговых рисков торговых организаций является незаконный способ в применении сокращения выплаты налогов. Их мотивом является оптимизация налогообложения.

Основной целью оптимизации налогообложения выступает снижение уровня налоговой нагрузки, под которым подразумевается соотношение суммы уплаченных налогов и сборов к общей величине прибыли организации.

Помимо законных способов оптимизации налоговой нагрузки торговые организации могут использовать и незаконные способы. Для них – это вероятный риск и угроза, по причине которых возможна ликвидация предприятия после обнаружения мошенничества и преступления со стороны органов налогового администрирования.





К возможным незаконным способам оптимизации налогообложения с целью сокращения выплаты налогов можно отнести вывод бизнеса в теневой сектор экономики и использование офшоров. Причиной ухода бизнеса в тень – это ухудшение условий ведения бизнеса.

Другим незаконным способом является создание фирм-однодневок. Их характерными признаками выступают [6]: отсутствие личных документов руководителя предприятия; проведение операций с векселями, не имеющих доверие; управление кредиторской задолженностью без поручительств; закупка товаров и услуг через посредников; наличие дебиторской задолженности за поставленные товары и услуги, тогда как сами поставки продолжаются.

Подобные налоговые риски для бизнеса в российской практике сферы торговли выступают распространенной угрозой, которая имеет негативное влияние на обеспечение экономической безопасности и финансовой устойчивости торговых организаций. По этой причине применяются различные способы их минимизации.

В случае неуплаты налогов возникает ее задолженность, урегулирование и взыскание которой на ответственности деятельности органов налогового администрирования. В подтверждении актуальности данной проблемы являются данные, отображающие динамику изменения ее объема (рис. 1).

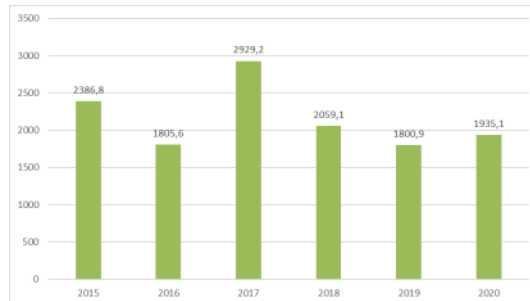


Рисунок 1 – Динамика объема налоговой задолженности в России в период 2015-2020 гг., в млрд. руб. [2].

В 2020 г. объем налоговой задолженности налогоплательщиков России перед ФНС составляли 1,935 трлн. руб., что на 134,2 млрд. руб. больше, чем в 2019 г., что свидетельствует о большем уклонении от выполнения организациями своих обязательств в вопросах выплаты налогов.

Можно выделить следующие современные проблемы, которые приводят к формированию налоговой задолженности у торговых организаций в России, и их стремлению к использованию незаконных способов по сокращению выплат налогов:

- нестабильность валютного курса рубля и финансовых рынков;
- снижение покупательной способности населения;





увеличение объема кредиторской и дебиторской задолженности;
снижение уровня финансовых результатов и прибыльности
предпринимательской деятельности;

негативное воздействие принятых международных санкций на
ведение внешнеэкономической и внешнеторговой деятельности;

потенциальное увеличение уровня налоговой нагрузки на бизнес.

При выявлении задолженности у торговой организации налоговые органы вправе применить в ее отношении, как к должнику, принудительные методы взыскания задолженности. Первоначально налоговые органы формируют требование об уплате налога, сбора, пени, штрафа. Требование является уведомительной и предупредительной формой взыскания [3].

Далее могут использоваться следующие основные формы урегулирования и взыскания налоговой задолженности [4].

Добровольно-заявительная форма включает в себя отсрочку или рассрочку платежа, реструктуризацию задолженности и добровольное банкротство.

Уведомительно-принудительная форма включает в себя требование об уплате; зачет излишне уплаченных сумм в счет погашения задолженности.

Обеспечительная форма включает в себя начисление пени; приостановление операций по счетам налогоплательщика; арест имущества; залог имущества и поручительство.

Принудительная форма включает в себя взыскание денежных средств за счет электронных денежных средств должника; решение о взыскании за счет имущества; процедура банкротства решением суда; списание задолженности, безнадежной к взысканию.

В заключении статьи, подытожим, что современная деятельность органов системы налогового администрирования России должна быть направлена на обеспечение урегулирования незаконных способов по сокращению выплаты налогов торговыми организациями. Их стремления сводятся или к увеличению налоговой задолженности, или к уклонению от уплаты налогов. Для этого применяется рост налоговой задолженности, уход в теневой сектор экономики, вывод капитала в офшоры или использование фирм-однодневок при заключении контрактных отношений.

Основным направлением совершенствования деятельности налоговых органов в данных вопросах является устранение причин, приводящих к увеличению налоговой задолженности торговых организаций России и их стремлению к уклонению уплаты налогов, включая использование незаконных методов налоговой оптимизации.





Список использованных источников:

1. Айвазян А.Л. Управление налоговыми рисками на предприятиях пищевой промышленности // Экономика и социум. 2020. № 12-1 (79). С. 342-345.

2. Аналитические данные по налоговой статистике РФ. URL: <https://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm> (дата обращения: 28.04.2023).

3. Боташева Ф.Б. Проблемы урегулирования налоговой задолженности // Вестник евразийской науки. 2019. №3.

4. Виноходова И.Г. Совершенствование практики взыскания задолженности организаций по налогам и сборам // Известия Великолукской государственной сельскохозяйственной академии. 2019. №2.

5. Казанцева С.Ю. Налогообложение предприятий, функционирующих в минерально-сырьевом комплексе // Известия высших учебных заведений. Геология и разведка. 2014. № 3. С. 67-71.

6. Скипин Д.Л., Крылов Д.Е., Лапшин Д.И. Фирмы-однодневки: характеристика и методы борьбы // Экономическая безопасность в условиях цифровой трансформации. 2020. С. 196-204.

© Мирзоян Г.А., 2023

УДК 687

АНАЛИЗ РЫНКА И КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Мирошкина К.А., Морозова Т.Ф.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

События последних лет оказали существенное влияние на российскую экономику. Многие организации из-за введения антироссийских санкций странами Запада и мировой пандемии, столкнулись с различными трудностями, усложнившими их работу. Данная ситуация коснулась и предприятий легкой промышленности: нарушились каналы сбыта, механизмы производства и торговли товарами, в связи с чем, были усложнены системы логистических поставок, что привело к увеличению стоимости сырья. Многие зарубежные бренды приняли решение о приостановлении своей деятельности на территории России. В связи с этим, в настоящее время особо важным и актуальным стал вопрос развития отечественного производства и продвижения российских брендов.





Легкая промышленность – это комплексная отрасль, включающая в себя различные производства, которые впоследствии используются в таких сферах деятельности как автомобилестроение, авиастроение, строительство, медицина, сельское хозяйство, спортивное и военное дело. Развитие легкой промышленности является важным фактором, влияющим на развитие страны.

Для экономического развития России особое значение имеет подотрасль легкой промышленности, занимающаяся производством швейных изделий, среди которых одежда, нательное белье, текстильные аксессуары, домашний текстиль и предметы интерьера. Целью отрасли является удовлетворение потребностей всех возрастных групп населения в одежде. Основные направления в швейном производстве – это изготовление пальто и полупальто, курток, костюмов, платьев и сарафанов, брюк и шорт, а также пошив спецодежды. Основную долю в 2021 году (47%) в производстве основных видов одежды заняли чулочно-носочные изделия, далее – трикотажные или вязаные изделия (40%) [1].

Швейные предприятия рассредоточены по территории России. Наиболее крупные кластеры сложились в Ивановской, Ростовской, Московской и Краснодарской областях. На расположение производств оказывает влияние потребительский фактор: предприятия стремятся расположиться в местах конечного потребления производимой продукции, так как зачастую транспортировать материалы легче, чем готовые изделия. Сырьем служат ткани, трикотажные полотна, нетканые материалы, искусственная кожа, искусственный и натуральный мех, текстильная галантерея [2].

Оборот швейных фабрик страны обеспечивает подотрасли второе место по объему отгруженных товаров в структуре легкой промышленности (рис. 1).

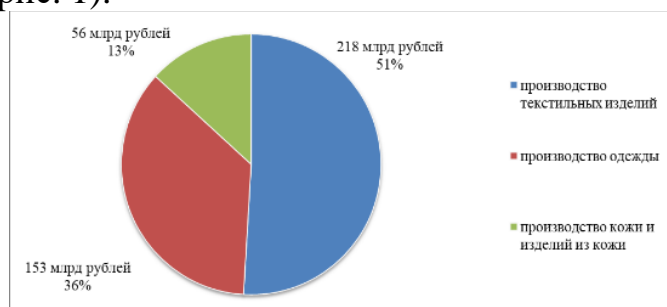


Рисунок 1 – Объем отгруженных товаров собственного производства за январь-май 2022 г. по отношению к аналогичному периоду 2021 г., млрд. руб.

Объем отгруженных товаров собственного производства легкой промышленности за январь-май 2022 г. составил 427,5 млрд. рублей или 120,2% от объема отгрузки в аналогичном периоде 2021 года [3]. В том





числе: 217,7 млрд. руб. (+17,2%) – производство текстильных изделий; 153,3 млрд. руб. (+27,4%) – производство одежды; 56,4 млрд. руб. (+13,6%) – производство кожи и изделий из кожи.

Швейное производство представлено в большинстве стран мира и имеет широкую географию. Однако из-за возможности использования дешёвой рабочей силы основными мировыми производителями являются развивающиеся страны с большой численностью трудовых ресурсов, что позволяет снизить себестоимость выпускаемых изделий. Развивающиеся страны производят более 50% швейных изделий мира. Они же являются их основными экспортёрами. Странами-лидерами по производству швейной продукции являются Китай, США и Республика Корея. Лидерами по экспорту являются Китай, Бангладеш, Турция и Италия. За последние годы большая часть производств были перемещены в такие направления, как Китай, Индия, Южная и Юго-Восточная Азия. Это связано с динамичным ростом в ряде азиатских стран, прежде всего, в Китае и Индии. В связи с высокой трудоёмкостью, материалоемкостью и энергоёмкостью производства, а также технологическим отставанием от зарубежных стран, отечественное швейное производство слабо конкурирует с импортными товарами, однако сегодня в России производство собственной одежды становится всё более популярным.

Крупнейшим предприятием отрасли является АО «Корпорация «Глория Джинс», выручка которой в 2022 году составила 57690304 тыс. рублей, что обеспечивает предприятию беспорные лидирующие позиции на рынке. Ближайший к корпорации конкурент ООО «Мануфактуры Боско» имеет выручку в 32,5 раза меньше [4-6]. На рис. 2 представлен оборот швейных предприятий в 2022 году.

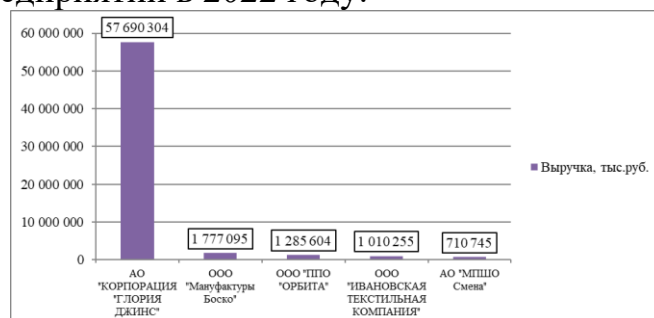


Рисунок 2 – Выручка российских швейные предприятия за 2022 г., тыс. руб.

АО «Корпорация «Глория Джинс» является лидером в сегменте «Fast Fashion» в России и странах СНГ, что подразумевает своевременную разработку соответствующей модным тенденциям одежды и её продажу по доступным ценам. Согласно исследованию международной консалтинговой компании McKinsey, узнаваемость бренда составляет 95% [7]. Рентабельность продаж корпорации ежегодно увеличивается, что





позволяет сделать вывод об эффективной работе компании и увеличении объемов продаж. В 2022 году показатель рентабельности продаж, характеризующий долю чистой прибыли в общем объеме выручки корпорации, составил 16,4%. Стоит отметить, что такие предприятия, как ООО «Мануфактуры Боско» и АО «МПШО Смена» имеют более высокую рентабельность продаж 28,3% и 27%, соответственно, что свидетельствует об их более эффективной работе, несмотря на меньшие объемы выручки.

Проведенный анализ позволяет выделить ряд сильных и слабых черт, характерных для предприятий швейной промышленности, а также определить возможности и угрозы отрасли (табл. 1).

Таблица 1 – SWOT-анализ отрасли легкой промышленности

Сильные стороны	Слабые стороны
1) быстрая отдача вложенных средств; 2) мобильность производства - технологические особенности отрасли позволяют осуществлять быструю смену ассортимента выпускаемой продукции.	1) высокая доля зависимости от импорта; 2) технологическая отсталость; 3) нелегальный импорт и неучтенное производство; 4) низкая инвестиционная привлекательность.
Возможности	Угрозы
1) создание новых или модернизация имеющихся предприятий с современным технологическим процессом; 2) разработка мер по поддержке предприятий отрасли; 3) создание условий, не позволяющих торговать контрафактной продукцией.	1) появление на рынке новых иностранных производителей с более дешевой продукцией; 2) увеличение доли теневого рынка производителей; 3) увеличение стоимости или прекращение поставок импортного сырья и материалов.

Таким образом, на основании проведенного анализа, можно констатировать, что, несмотря на нестабильную внешнеэкономическую обстановку, отечественные швейные предприятия смогли оперативно подстроиться под новые экономические условия. Многие швейные предприятия не только сохранили прежние объемы производств, но и продолжили их наращивать. Так, например, по данным, представленным Росстат, в марте 2023 года по сравнению с мартом 2022 года индекс производства одежды продемонстрировал рост на 5,7%, что свидетельствует о росте масштабов производства, а значит у предприятий швейной промышленности, есть перспективы развития.

Список использованных источников:

1. Сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения 10.05.2023)

2. Значение легкой промышленности в мире экономики [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://promzn.ru/legkaya-promyshlennost/mira.html#i-3> (дата обращения 10.05.2023)

3. Сайт Легпром России [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://www.ruslegprom.ru/ob-otrasli/> (дата обращения 10.05.2023)

4. 16 лучших швейных фабрик в России и мире в 2023 году [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://www.kp.ru/expert/proizvoditeli/luchshie-shvejnye-fabriki/> (дата обращения 10.05.2023)





5. База данных бухгалтерской отчетности предприятий России [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://www.audit-it.ru/> (дата обращения 10.05.2023)

6. Сайт сетевого издания «Центр раскрытия корпоративной информации» [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://www.e-disclosure.ru/#> (дата обращения 10.05.2023)

7. Сайт магазина Gloria Jeans [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://www.gloria-jeans.ru/> (дата обращения 10.05.2023)

© Мирошкина К.А., Морозова Т.Ф., 2023

УДК 339.138

РАЗРАБОТКА ЦИФРОВОГО ПРОДУКТА SOULPARTY: ОТ ИДЕИ ДО КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ

Мирошникова Ю.А., Тимохович А.Н.

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

Разработка и продвижение цифровых продуктов являются трендами в области маркетинговых коммуникаций современности. С развитием технологий менялись способы продвижения бренда, появлялись новые каналы маркетинговых коммуникаций, начиная с рекламных листовок и плакатов, заканчивая рекламой в интернет-пространстве и социальных сетях.

Разработка корректной коммуникационной стратегии с учетом особенностей целевых групп, деятельности конкурентов, выделенных бюджетов на реализацию коммуникационной кампании является доминирующим направлением деятельности в области маркетинговых коммуникаций.

Остановимся на основных подходах к определению коммуникационных стратегий.

Коммуникационная стратегия в бизнесе представляет собой комбинацию хорошо спланированных и планомерно реализуемых шагов, направленных на достижение поставленных корпоративных целей путем совершенствования внутрикорпоративного общения и взаимодействия с внешней экономической средой [3].

Музыкант В.Л. рассматривает коммуникационную стратегию в качестве широкомасштабной и долгосрочной программы достижения основных коммуникационных целей фирмы в рамках ее маркетинговой стратегии [2].





Коммуникационные стратегии разрабатываются для достижения показателей эффективности бренда в соответствии со стратегическими целями компании [1].

Коммуникационная стратегия формируется в первую очередь для обеспечения общеорганизационной миссии компании. Понимание миссии должно лечь в основу всех коммуникационных мероприятий, проводимых как внутри организации, так и во внешней среде. В первом случае знание миссии позволяет сотрудникам лучше понять цели бизнеса; во втором случае – позволяет обеспечить необходимой информацией потребителей, акционеров и поставщиков [4].

Разработаем платформу для коммуникационной стратегии бренда SoulParty.

Говоря о необходимости разработки и применения digital-стратегий для конкретного бренда SoulParty, стоит отдельно отметить, что ядром его целевой аудитории является тот самый недостижимый традиционными каналами коммуникации сегмент, который, с развитием технологий почти полностью перешёл в интернет-пространство в плане поиска информации, проведения досуга, общения.

Бренд SoulParty представляет собой мобильный сервис (мобильное приложение) по созданию и продвижению событий с целью объединения людей по их интересам и совместного проведения досуга.

Область применения бренда: мобильное приложение ориентировано на пользователей, желающих найти компанию для того, чтобы хорошо провести время и посетить различные мероприятия. Функционал приложения позволяет пользователям создавать собственные события, расширять свой круг общения и находить людей с общими интересами и целями.

Основными характеристиками цифрового продукта SoulParty являются: создание собственной анкеты с указанием геолокации, возраста, интересов и предпочтений; указание предмета поиска (мероприятий, знакомств); поиск анкет и мероприятий, соответствующих запросу; простая и понятная интерактивная карта событий; большое количество организаций-партнеров; работа мобильного приложения во всех крупных городах России.

Мобильное приложение SoulParty решает следующую пользовательскую задачу: иногда люди хотят пойти в кино, бар, на концерт, погулять в парке или посетить фестиваль под открытым небом, но не всегда их друзья и знакомые могут составить им компанию. В таких ситуациях людям приходится проводить досуг в одиночестве: ехать на мероприятие или прогулку одному, либо оставаться дома. Решить проблему проведения досуга в приятной компании помогает мобильное





приложение SoulParty, а именно с помощью мобильного приложения SoulParty можно найти единомышленников в соответствии с пользовательскими запросами: пройти квест, покататься на скейте, сходить на выставку и т.д.

В рамках проведенного опроса авторами был выявлен потребительский инсайт: людей, которые часто сталкиваются с проблемой поиска единомышленников для проведения досуга достаточно много и в большинстве случаев люди готовы скооперироваться с другими незнакомыми людьми, но со схожими интересами, для проведения своего досуга.

Миссия проекта: объединение людей по их интересам, возможность проведения досуга в хорошей компании, упрощенный поиск актуальных мероприятий в соответствии с интересами и наличием свободного времени пользователя.

Выделим сегменты целевой аудитории мобильного приложения SoulParty. Первый сегмент: студенты в возрасте от 18 до 22 лет. Приложение будет полезно иногородним студентам, которые приехали учиться в другой город. Из-за отсутствия связей и знакомств этим молодым людям тяжело организовать свой досуг на новом месте. Они не знакомы с инфраструктурой города и не знают где можно познакомиться с людьми, разделяющими их интересы. Второй сегмент: молодежь в возрасте от 22 до 25 лет. Имея уже устоявшийся близкий круг общения, представителей данной целевой группы больше интересуют не поверхностные знакомства, а поиск единомышленников, разделяющих их интересы. Третий сегмент: работающая молодежь от 26 до 30 лет. Представители молодежи данной категории закрыли свои первичные социальные потребности, но сталкиваются с необходимостью вырваться из рутины. Им важен таргет, который может предоставить приложение в виде выбора события по интересам и локации, а также возможность ознакомиться с профилем организатора события, так как пользователи данной категории требовательны к выбору людей, с которыми готовы провести досуг и неохотно тратят время на непреднамеренные активности. Они хотят отвлечься и пообщаться с кем-либо помимо коллег, ведь большую часть времени они проводят на работе. Важным преимуществом приложения SoulParty являются минимальные усилия для поиска интересующего досуга. Представители данного сегмента целевой аудитории не хотят рисковать, а хотят сузить круг поиска, что ускорит и облегчит процесс поиска. Четвертый сегмент: деловые партнеры (один из источников монетизации). В качестве деловых партнеров могут быть выделены площадки, которые готовы предоставить места для проведения мероприятий; сообщества, организовывающие мероприятия по





конкретным тематикам, которые нуждаются в привлечении новой аудитории.

Подводя итоги сделаем вывод о том, что для корректного донесения ценностей и утилитарных характеристик бренда до целевых аудиторий необходимо понимание особенностей целевых групп, их поведенческих характеристик; знание о каналах коммуникации, используемых представителями целевых групп; что в свою очередь будет положено в основу разработки коммуникационной стратегии бренда.

Список использованных источников:

1. Лашкова Е.Г., Куценко А.И. Организация и проведение коммуникационных кампаний: – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 272 с.
2. Музыкант В.Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями. - М.: Эксмо, 2008. - 832 с.
3. Филенко С.С. Особенности маркетинговых стратегий в персональном брендинге // Реформы в России и проблемы управления 2019: материалы 34-й Всероссийской научной конференции молодых ученых. Выпуск 2. – М.: ГУУ, 2019. – с. 161-165.
4. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Управление коммуникациями. – М.: Дашков и К, 2023. – 544 с.

© Мирошникова Ю.А., Тимохович А.Н., 2023

УДК 658.6

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РОЗНИЧНОМ ТОРГОВОМ РИТЕЙЛЕ

Михайлова В.К.

Научный руководитель Ильина С.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Розничная торговля считается одной из главных отраслей торгового бизнеса и современные технологии, применяемые в розничном торговом ритейле, являются двигателем развития прогресса. Розничный рынок отличается высокой конкуренцией. Чтобы удержать покупателей, ритейлерам приходится постоянно улучшать качество обслуживания. Однако и этого бывает недостаточно. Современные розничные компании вынуждены совмещать в себе торговые и развлекательные функции.

Согласно отчёту [emarketer.com](https://www.emarketer.com), продажи ритейлеров по-прежнему растут как в обычной рознице, так и в e-commerce, хотя темпы роста





падают. При этом доля Интернет-магазинов в общих розничных продажах увеличивается: в 2019 году она составит 14,1%, а к концу 2023 года вырастет до 22% (рис. 1).

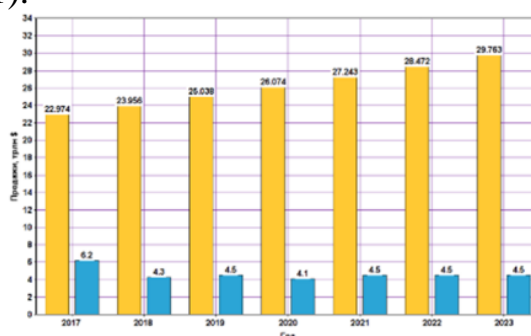


Рисунок 1 – Мировые продажи розничной торговли [1]

Задачей современных технологий в торговой организации является обеспечение высокого качества процессов купли-продажи, эффективное использование ресурсов торговой организации. Визуальные цифровые технологии помогают ритейлерам улучшать сервис и увеличивать продажи. С применением систем видеоаналитики, машинного обучения и нейромаркетинга, появится возможность создавать прямо в пространстве торгового зала ощущение индивидуального подхода к каждому покупателю. Сценарий такого подхода может быть следующим: система с помощью видеоаналитики будет опознавать посетителя, а затем показывать ему с экранов релевантные товары. При этом освещение будет специально фокусироваться, оставляя другие части зала немного приглушенными. Нейромаркетинг будет подбирать свет, звук и запах. Это сформирует у клиента желание еще раз вернуться в магазин. Рассмотрим подробнее:

Цифровые технологии в ритейле. По данным исследования Salesforce, 56% опрошенных стремятся покупать у самых инновационных компаний [2]. Ведущие компании в России осознают это: «М.Видео» внедряет дополненную реальность для навигации в магазинах, а X5 Retail Group открыл экспериментальный «Перекресток» большого формата с кассами самообслуживания, электронными ценниками и «умными» полками. Современный электронный ценник представляет собой небольшое электронное табло с ЖК-экраном, на котором отображается цена, а при необходимости и дополнительная информация о товаре: описание или размер скидки. При помощи смартфона клиент также может отсканировать QR-код с ценника и получить интересующую информацию о товаре, а также персонализированные рекламные предложения. Например, если постоянный покупатель подходит к полке или стеллажу, камера распознает его и выдает на ценнике стоимость товара уже с учетом скидки для данного клиента.





Передача информации с компьютера осуществляется по беспроводной технологии. Электронные ценники позволяют менять стоимость товаров одновременно во всех торговых точках, экономят время продавцов и гарантируют соответствие цены той, что пробивается на кассе. Интеллектуальная полка совмещает в себе несколько разных технологий: электронные ценники отвечают за корректность цен и их оперативное обновление, видеоаналитика обеспечивает контроль за выкладкой товара, а система сенсоров следит за заполненностью стеллажа в глубину. Директору магазина или мерчандайзеру приходят отчеты от системы с визуализацией проблем на полках в течение дня. На основании отчета формируются задания для персонала магазина: например, выровнять первый ряд товаров или пополнить полку. Если товара нет ни на полке, ни на складе, система сообщает о необходимости корректировки прогноза пополнения магазинов. Одним из первых о намерении оборудовать торговые точки подобными устройствами заявила X5 Retail Group. Компания открыла в Москве магазин-лабораторию, где тестирует различные технологические решения для последующего их внедрения в пилотных магазинах «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель».

Digital Signage. Перспективным является и внедрение интерактивных решений: цифровых киосков, прикассовых экранов, интерактивных примерочных и «умных» стендов декоративной косметики, позволяющих подобрать необходимый товар и сделать клиенту персональное предложение. Будет расти спрос и на более сложные технологические продукты: прозрачные видеовитрины, видеостены нестандартной конфигурации, цифровые полки, голограммы.

Люди идут в магазины не только для того, чтобы сделать покупки, но также затем, чтобы приятно провести время и получить новые впечатления. Поэтому ритейлеры становятся отчасти социальными медиа, отчасти - производителями игр и помогают им в этом визуальные цифровые технологии. Интерактивные зеркала подсказывают покупателю, какую одежду выбрать, а приложения на базе дополненной реальности позволяют «примерить» предмет мебели в интерьере собственной квартиры. Говорящие витрины и «умные» зеркала, дающие советы покупателю по выбору товара и позволят покупателю увидеть себя в различной одежде, продающейся в магазине.

Digital-решения все активнее проникают в розничную торговлю. Digital Signage (цифровая вывеска) – решение с использованием мультимедиа и цифровых технологий, позволяет централизованно управлять сетью экранов самого разного рода: маленькими ЖК-мониторами и огромными светодиодными фасадами, редактировать контент можно удаленно в режиме реального времени. При интеграции с





цифровыми системами такие решения позволяют показывать потенциальным покупателям индивидуальный контент и собирать статистику: пол, возраст, а с помощью компьютерного зрения даже определить реакцию на просмотренное видео. Прекрасный пример использования Digital Signage – антитабачная кампания от сети шведских аптек Apotek Hjärtat. Компания использовала оснащенный датчиками дыма экран, на котором изображение мужчины начинало кашлять и морщиться, когда рядом с ним курили.

Приложения на основе дополненной реальности стали активно использовать AR в розничной торговле последние несколько лет, ведь совсем скоро самой платежеспособной аудиторией станет поколение Z, которому приятнее взаимодействовать с экраном, а не продавцом. Поэтому ритейлерам важно уже сейчас перестраивать бизнес под запросы нового поколения. Бешеный ритм жизни зачастую не позволяет многим роскошь в виде долгого шоппинга. Поэтому возможность примерить продукт, одежду или мебель для дома, становится все более актуальным вопросом. Это удобно и просто, когда не нужно думать, подойдет ли стул к твоему ковру. Просто загружаешь фото комнаты и ставишь туда стул», дополненная реальность будет особенно востребована в мебельном ритейле. Например, Ikea Place помогает покупателям понять, как различные предмет мебели будут выглядеть у них в интерьере. Для этого нужно установить приложение на смартфон, отсканировать место расположения будущей мебели и выбрать нужный товар в каталоге. Программа учитывает реальные размеры окружающих предметов и на экране смартфона создает реальную картинку. В секторе недвижимости разработчики будут стремиться к синергии с продавцами отделочных материалов и мебели, это даст возможность взаимодействовать с покупателем с этапа покупки стен до момента заселения и приобретения всех сопутствующих товаров.

Похожее приложение для «примерки» мебели и других предметов интерьера работает у сети Leroy Merlin. «Еще одно подобное приложение разработано интерьерной компанией Houzz. Используя камеру смартфона, можно отсканировать пол, выделить его границы и в их рамках подобрать наиболее подходящее для квартиры покрытие.

В апреле 2019 года сеть «М.Видео-Эльдорадо» запустила в гипермаркетах пилотную систему навигации, основанную на технологии дополненной реальности. Для этого при входе в магазин расположен маркер с QR-кодом для скачивания приложения M.Go. Виртуальный гид помогает клиентам быстро ориентироваться в магазинах техники большой площади и легко находить нужные товары. В перспективе компания планирует расширить функционал приложения кнопкой вызова консультанта в ту зону, где клиенту требуется помощь, а также





внедрением геймифицированных маркетинговых активностей и персонализированными коммуникациями.

Электронные витрины. Интерактивная витрина представляет собой экран, цель которого – не просто показать рекламу, а вовлечь потенциального клиента во взаимодействие. Человеку сложно пройти мимо, когда экран приглашает его поиграть, посмотреть каталог с новой коллекцией одежды, сделать необычное фото и сразу же отправить его в социальные сети. Кроме того, digital-витрины позволяют узнать, что именно вызывает наибольший интерес у клиентов, и предложить максимально персонализированный подход. Пример использования принадлежит сети Benetton. В 2010 году бренд запустил в своих флагманских магазинах проект Benetton live windows, благодаря которому прохожие могли почувствовать себя лицом компании. Камеры и специальное оборудование передавали изображение человека на электронные витрины, установленные в магазине вместо окон. Это небольшие ЖК-мониторы или огромные витрины, контентом на которых можно управлять централизованно в режиме реального времени. При помощи подобных решений ритейлер может показывать клиентам индивидуальный контент и собирать данные о них: возраст, пол, реакцию на просмотренное видео.

О рекламных щитах, которые могут определять пол и возраст прохожих, заговорили несколько лет назад. Проходя мимо такого «умного» билборда, разные люди увидят различный контент. В Европе в числе первых подобный рекламоноситель стала использовать пивоварня Holsten-Brauerei. В центре Гамбурга компания установила щит, который предлагал попробовать пиво в раскованной атмосфере. При этом контент демонстрировался только женщинам. Когда рядом с билбордом появлялся представитель сильного пола, на экране загоралась надпись: «Для мужчин сегодня ничего нет».

Решения на основе виртуальной реальности. Продавцы одежды и обуви активно интересуются виртуальными примерочными. Например, на London Fashion Week 2017 посетители могли «примерить» любые вещи из новых коллекций. Примерочная будущего сканировала их тело при помощи камер и перемещала в виртуальную реальность. Над разработкой системы для виртуальной примерки одежды трудится Amazon. Ритейлер организовал специальный отдел, созданный после покупки стартапа Body Labs. Эта компания разработала технологию, которая сканирует человека с нескольких ракурсов, и на 3D-модель тела затем накладывается виртуальная одежда. Amazon планирует создать компьютерную модель, которая позволит наблюдать, как фигуры разных размеров будут меняться со временем.





Скоро массово будут появляться виртуальные магазины, а цифровые помощники в дополненной реальности будут помогать с навигацией, искать информацию о товарах по изображению и просто развлекать клиентов. AliExpress вкладывает серьезные ресурсы в VR-направление. В ноябре 2017 года китайский ритейлер в тестовом режиме запустил в нескольких городах России «виртуальные магазины». На торговых улицах десятка городов были размещены специальные метки. При наведении на них смартфона открывается магазин с виртуальными товарами нескольких категорий: одежда, электроника и продукция для детей.

Видеоаналитика. Весомую роль в ритейле отводят сейчас и технологии распознавания лиц, которая способна идентифицировать посетителей, вести учет их покупок, а затем на основании накопленной информации формировать уникальные предложения. Анализ видео происходит с помощью специальных программ, которые «запоминают» контент и создают базу идентификаторов попавших в камеру посетителей.

Особенно востребованы решения на базе технологии распознавания лиц и программы лояльности: покупатель подошел к кассе, касса сразу его узнала и зачислила бонусы или сделала скидку. Возможно, чуть позже такой сервис начнут предоставлять банки через POS-терминалы, чтобы покупателю для оплаты не нужно было доставать из кармана ни наличные, ни карту или мобильный телефон. «С помощью видеоаналитики ритейлеры могут решать огромное количество разных задач: от наблюдения за очередями и распознавания товара на полках до оптимизации логистики. Видеоаналитика позволяет посчитать, сколько людей заходит в магазин или торговый центр, определить их гендерные, возрастные и другие социальные характеристики. Затем, «узнав» клиента на входе, можно проанализировать его покупки и отправить персональное предложение в режиме реального времени». Распознавание лиц помогает обеспечить безопасность магазина: без привязки к персональным данным система выявляет неблагонадежного покупателя. Тепловые карты определяют маршруты движения покупателей, популярность витрин, качество планировки зала и позволяют оптимизировать вкладку товара. Владельцы торговых сетей начинают тестировать новые биометрические технологии видеоанализа. Для оплаты товаров клиенту не нужно пользоваться наличными деньгами или картой – он просто смотрит в камеру, она его идентифицирует и, если биометрические данные совпадают с базой, система проводит платеж.

В 2021 году «Яндекс.Маркет» провел конкурс на лучший стартап для ритейла. Два призовых места из трех получили проекты на основе виртуальной реальности, что говорит о растущем интересе к ним со стороны российских продавцов. Один стартап, TRY.FIT, помогает





подбирать обувь в магазинах, используя виртуальную примерку. Он сравнивает 3D-модель обувной колодки и форму стопы покупателя. Другой стартап, Sizolution, позволяет магазинам автоматически измерять одежду и делать выгрузку на сайт, а клиентам – смотреть, как будет сидеть на фигуре тот или иной размер [3].

Таким образом, решения для торгового ритейла на основе VR будут очень востребованы. Торговые организации заинтересованы в развитии конкурентных технологий. Соответственно актуальность разработки и внедрение нового заключается в постоянной необходимости торговых организаций совершенствовать свои конкурентные преимущества, что в конечном итоге приводит к качественному удовлетворению потребностей покупателей. Насколько скоро они будут внедряться в российской рознице, зависит от понимания бизнесом, насколько визуальные системы смогут решить главные задачи: увеличение среднего чека и числа покупателей.

Список использованных источников:

1. Динамика розничных продаж ритейла от emarkerter.com <https://mcs.mail.ru/blog/ritejl-budushchego-novye-tekhnologii-kotorye-vpachatlyayut> - дата обращения 28.04.2023.;
2. Исследование Salesforce <https://www.cossa.ru/news/> - дата обращения 28.04.2023.;
3. Визуальные технологии в ритейле <https://korusconsulting.ru/press-centr/vizualnye-tekhnologii-v-riteyle/> - дата обращения 30.04.2023.

© Михайлова В.К., 2023

УДК 339.138 (075.8)

АНАЛИЗ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ 2022 г. И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Михалева Э.А.

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

Рынок жилья, как и любые другие экономические показатели, является неоднородным и несбалансированным России в целом. Тенденции можно разделить по категориям: тренды в макрорегионах, категориях недвижимости (элитное и «обычное» жилье, новостройки и вторичный рынок, жилые и нежилые здания), тенденции спроса, предложения и цен. Сфера жилья, как и другие сектора экономики, пережила сильнейший шок, связанный с внешнеполитическими изменениями. На способность людей и компаний к покупке недвижимости





влияют такие факторы, как реальный располагаемый доход, инвестиционная привлекательность проектов, институциональная среда (насколько безопасным воспринимаются инвесторами вложения в недвижимость), устойчивость валюты и инфляционные ожидания.

Объектом исследования являются тенденции и факторы развития рынка недвижимости, предметом – меры экономической политики, применение которых позволит ускорить развитие сферы недвижимости в Омской области. В рамках исследования были использованы следующие научные методы: анализ и синтез, классификация, систематизация. Целью данной работы является выделение детерминантов развития рынка недвижимости в 2022 году и в последующие несколько лет, а также определение инструментов экономической политики, позволяющих влиять на успешность развития сферы недвижимости. Для выполнения цели необходимо реализовать ряд задач: классификация рынка жилья по выбранным критериям (элитность жилья, первичный и вторичный рынок, жилая и нежилая недвижимость); выделение тенденций развития каждого сегмента рынка в 2022 году; определение основной задачи сферы недвижимости в 2023 году; подбор инструментов экономической политики для решения задач; анализ ситуации на рынке недвижимости в Омской области, определение релевантных мер и инструментов экономической политики.

Уверенность инвесторов планомерно снижается, о чем свидетельствует строго убывающий после 1 квартала 2022 индекс предпринимательской уверенности. Что касается индивидуальных покупателей, согласно Индексу доступности жилья, жители Москвы и Краснодарского края могут рассчитывать на покупку жилья наименьшей в России площади, если будут получать медианную для региона зарплату. Обратная ситуация наблюдается в Республике Коми и Кемеровской области, из чего мы можем сделать выводы о неравенстве относительной стоимости жилья между регионами России.

Эксперты отмечают [1], что спрос на элитные новостройки в Москве упал вдвое за 2022 год, по данным агентства Intermark Real Estate. Аналогичная ситуация наблюдалась и в других крупнейших агломерациях. Поскольку элитные новостройки являются товарами роскоши, эластичность их спроса по доходу невероятно высока, как и высока зависимость от новостного фона. Таким образом, любые колебания в реальных доходах людей, а также новости, которые расцениваются наиболее платежеспособными гражданами как неблагоприятные для продолжения деятельности внутри страны, сильно влияют на спрос этих товаров длительного пользования, что в текущих реалиях вызвало такое сильное падение спроса. Отмечается, что разрыв цен спроса и





предложения составляет около 50%, а значит, рынку потребуется достаточного много времени для возвращения в равновесное состояние. Из-за возникающих сложностей в оформлении международных сделок платежеспособные клиенты обращают все больше внимания на внутренний рынок [2]. Отмечается, что вторичный рынок элитного жилья больше не отвечает в полной мере потребностям потребителей, не обеспечивает необходимый уровень ценности и его цена не растет.

Отмечается, что рынок вторичной недвижимости, который, казалось бы, оказался погружен в стагнацию, до сих пор демонстрирует активность. Одной из форм проведения сделок является флиппинг [3] – покупка квартиры в плохом состоянии, но в хорошем районе, для быстрой отделки и дальнейшей продажи по значительно большей цене. Такие операции совершаются по цене ниже рыночной (обычно на уровне дисконта 5-10%), что при многократном повторении снижает саму рыночную цену. Такая тенденция – общего снижения рыночной цены на недвижимость – подтверждается данными. Половина [4] сделок по вторичной недвижимости в 2022 году заключались по доверенности – это объясняется ростом продаж недвижимости собственниками, которые уехали из страны. Такой резкий скачок в предложении вторичного жилья ожидаемо снижает рыночную цену, однако оставшиеся потенциальные покупатели не спешат покупать квартиры даже по сниженной цене. Сказывается увеличение неопределенности и снижение реальных располагаемых доходов россиян. Похожая ситуация наблюдается на рынке новостроек – застройщики готовы переходить все к большим дисконтам, однако всплеска спроса не наблюдается. По разным оценкам [5] снижение цен на недвижимость в Москве в 2023 году составит от 10-15% до 30% и будет ответом на повышение цен в 2022. Реальные данные за 2022 показывают рост цен в Москве с 347000 до 390000 рублей за кв. метр (за период февраль 2022 г. – февраль 2023 г.) на первичном рынке и фиксацию на уровне 330000 рублей за кв. метр на вторичном рынке. Аналогичные тенденции наблюдаются и в других городах и регионах страны, однако некоторые регионы (Санкт-Петербург и Севастополь, Калининградская область, Республика Татарстан) показывают снижение стоимости вторичного жилья от 7% до 14%. В то время как первичная недвижимость в Москве падала в цене, общероссийские показатели росли [6].

Весной 2022 года аналитики прогнозировали сильный обвал рынка недвижимости в России, однако краха этой сферы не случилось. Тем не менее, не все итоги года [7] можно назвать позитивными. Большинство трендов относится к рынку нежилой недвижимости: из-за ухода значительного числа иностранных компаний занимаемые ими торговые площади опустели, владельцы бизнес- и торговых центров оказались перед





необходимостью срочного поиска новых арендаторов. На этом фоне прогнозировалось обрушение арендных ставок (не произошло, так как после временных колебаний ставки вернулись к сравнимому уровню), резкое падение посещаемости торговых центров (подтвердилось, но не в катастрофических объемах). Рынок складских помещений вышел на уровень +5% к прошлому году, однако введение новых торговых помещений оказалось минимальным за последние 5 лет. Считается, что та катастрофа, которой опасались все участники рынка и которая не случилась в 2022, все же произойдет, но серьезные последствия будут распределены до 2024 года. Структура введенных в 2022 году объектов недвижимости такова, что 95% введенных объектов составляют жилые и лишь 5% – это нежилая недвижимость. 30% объектов нежилой недвижимости представлены коммерческим сектором. При этом сообщается, что 2022 год стал рекордным в вопросах ввода новой недвижимости: прирост составил 11% к уровню 2021 года и превысил даже уровни строительства во время СССР.

Поскольку аналитики сходятся во мнении, что крах в сфере недвижимости, предсказанный на 2022 год, не произошел в резкой форме, а продолжает происходить постепенно (последствия будут ощущаться до 2024 года, затем негативный эффект постепенно нивелируется), главной задачей экономической политики здесь является максимальное сглаживание кризисных проявлений. Так, мы не должны допустить слишком сильного проседания или взлета рыночных цен на жилье, банкротства строительных компаний (как жилой, так и коммерческой недвижимости). Напротив, инвестиционная активность, потребительский спрос, ипотечное кредитование, субсидирование строительных компаний должны быть поддержаны на государственном уровне. «"Реализацию программы и опережающего финансирования необходимо сохранить на 2023 год", – уточнил Хуснуллин на совещании с вице-премьерами в режиме ВКС, говоря о реализации программы "Строительство"» – отмечает издательство Интерфакс недвижимость [8].

Инструменты экономической политики включают в себя фискальные и монетарные меры, а также меры макроэкономического планирования и прогнозирования. Конкретные инструменты – манипуляции с ключевой ставкой, увеличение господдержки (субсидии, налоговые льготы), управление инфляционными ожиданиями – уже доказали свою эффективность. Стоит продолжить использовать перечисленные меры. Так, ключевая ставка должна оставаться на уровне, сравнимым с текущим, и не повышаться до уровней, которые мы наблюдали весной 2022 года. До тех пор, пока доходность проектов в сфере недвижимости будет выше ключевой ставки, инвесторы будут считать эту сферу выгодной и





продолжат вкладываться в нее. Поддержание высокого уровня инвестиций в сферу недвижимости не только обеспечивает высокое благосостояние инвесторов, но также поднимает общий уровень жизни: собственники жилья живут в более качественных и комфортных условиях. Государственная поддержка в форме субсидий или налоговых льгот также является эффективным инструментом. Субсидии на покупку и строительство недвижимости выделяются отдельным категориям граждан (ветераны Великой Отечественной войны, чернобыльцы, жители Крайнего Севера, сотрудники органов внутренних дел и вынужденные переселенцы и другие) [10], налоговые льготы оказываются доступны для компаний-резидентов особых экономических зон и территорий опережающего экономического развития. Не менее важным инструментом является развитие системы ГЧП – государственно-частного партнерства. При реализации такой системы государство берет на себя часть расходов, связанных со строительством и введением в оборот объектов недвижимости. Частные инвесторы, таким образом, получают возможность сократить расходы на исполнение проекта, что повышает предложение качественного жилья на рынке.

Для внедрения вышеперечисленных решений необходимо применение разных типов ресурсов:

Административные: возможность на законодательном уровне ввести налоговые льготы для потребителей, систему субсидий для производителей в сфере недвижимости, а также нормативные основы системы ГЧП.

Экономические: государственная часть инвестиций в проектах ГЧП, непосредственная сумма выделенных субсидий.

Репутационные, институциональные: такие условия среды, которые обеспечивают благоприятные инфляционные ожидания, высокий уровень предпринимательской уверенности, что в свою очередь повышает уровень инвестиционной активности внутри страны.

Для каждого блока решений в сфере недвижимости могут быть актуальны разные типы данных:

Монетарная политика (главный инструмент – ключевая ставка): данные по изменению инвестиционной активности в зависимости от фактического изменения ключевой ставки, реакция инвестиционной активности на объявления об изменении ключевой ставки, изменения в ипотечном кредитовании в зависимости от ключевой ставки.

Фискальная политика (главный инструмент – субсидии и налоговые льготы): изменения в инвестиционной активности на территориях в момент введения льгот в сфере недвижимости (дальневосточная и сельская ипотека, арктический гектар), темпы введения объектов недвижимости на





территориях с особым налоговым режимом (ТОР), темпы включения потребителей в программы льготного получения жилья.

Кроме того, для оценки трендов и предполагаемых эффектов потребуются данные о динамике инвестиций в недвижимость: объема инвестиций, волн спроса, сезонности объявлений о покупке/продаже квартир.

Основным вопросом, не покрытым данными в степени, достаточной для полноценной оценки эффектов, является система государственно-частного партнерства. На данный момент в России уже реализуются проекты по такой схеме, однако потенциал развития огромен. Данные по увеличению площади и количества введенных в эксплуатацию объектов, по эффекту приращения ВРП и ВВП в результате реализации таких проектов, а также по доходности компаний, которые выбирают присоединиться к программам ГЧП, помогут сделать более точный прогноз ожидаемых эффектов применения программ. Таким образом, проведенный выше комплексный анализ рынка недвижимости в России с более детальным рассмотрением тенденций Омской области показал, что крах сферы недвижимости, предсказанный аналитиками в сентябре 2022 года, не оправдался. Рынок недвижимости действительно демонстрирует некоторое снижение цены за квадратный метр на фоне ухудшающихся настроений инвесторов и отъезда части людей за границу, с чем также связано увеличение предложения в части вторичного жилья. Однако эти колебания можно назвать сезонными, опасений для падения рынка нет. Напротив, есть основания полагать, что цены на недвижимость как в Омской области, так и в России в целом будут только расти на фоне удорожания строительных материалов. Главной задачей в сфере недвижимости является стабилизация рынка – недопущение ни сильного всплеска, ни значительного падения цен. Меры экономической политики, необходимые для выполнения этой задачи, охватывают как фискальные и монетарные инструменты, так и административный ресурс, в том числе активное развитие института государственно-частного партнерства.

Список использованных источников:

1. Эксперты назвали причины падения вдвое спроса на элитное жилье в новостройках Москвы. Сергей Мингазов. Электронный ресурс, дата обращения 21.11.2022. <https://clck.ru/34HJgE>
2. Не только архитектура: будущее премиальной недвижимости. Электронный ресурс, дата обращения 8.12.2022. <https://clck.ru/34HJgN>
3. «Мамины инвесторы»: кто такие флипперы и как они зарабатывают на вторичном жилье. Мария Неретина. Электронный ресурс, дата обращения 9.12.2022. <https://clck.ru/34JSYF>





4. Эксперты оценили как рекордную долю продаж россиянами квартир по доверенности. Сергей Мингазов. Электронный ресурс, дата обращения 17.01.2023. <https://clck.ru/34HJh5>

5. Динамика цен по фактическим сделкам, первичный рынок. Сбер индекс. Электронный ресурс, дата обращения 13.02.2023 <https://clck.ru/33ZMZQ>

6. Год покупателя: опубликованы результаты исследования по инвестициям в недвижимость. 13.02.2023. Электронный ресурс, дата обращения <https://clck.ru/34HJhT>

7. Двойное дно: почему итоги года для коммерческой недвижимости не такие радужные. Мария Неретина. Электронный ресурс, дата обращения 4.01.2023. <https://clck.ru/34HJhk>

8. Нужно сохранить темпы реализации программы "Строительство" в 2023 году – Хуснуллин. Электронный ресурс, дата обращения 13.02.2023 <https://clck.ru/34JSZi>

9. Индекс доступности жилья, источник - Электронный ресурс, дата обращения 13.02.2023 <https://clck.ru/34JSad>

10. Росстат. Индекс предпринимательской уверенности. Электронный ресурс, дата обращения 13.02.2023 <https://clck.ru/34HJhu>

11. Росстат. Строительство. Электронный ресурс, дата обращения 13.02.2023 <https://rosstat.gov.ru/folder/14458>

© Михалева Э.А., 2023

УДК 330.322; 004.92

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Михаль Е.С., Усович В.А., Герасенко В.П.

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

Инновационное развитие является одним из ключевых приоритетов государственной политики Республики Беларусь. При этом, учитывая инновационную направленность развития Республики Беларусь на современном этапе, важно изучить зарубежный опыт финансирования инновационных проектов.

В современных условиях инновационная модель хозяйствования включает в себя венчурное финансирование, которое предоставляет предприятиям сумму инвестиций для реализации инновационных проектов повышенного риска в обмен на соответствующую долю устава.

Международная бизнес-школа INSEAD, Корнельский университет и Всемирная организация интеллектуальной собственности ежегодно





публикуют аналитические доклады «Глобальный индекс инноваций», в которых оцениваются все мировые страны по развитию инновационной деятельности, созданию наукоемкой продукции и новых технологий [1]. По итогам доклада 2022 года, оценив эффективность развития инновационной деятельности в 132 странах мира, можно сделать вывод, что к наиболее передовым инновационным странам относятся (табл. 1).

Таблица 1 – Рейтинг стран мира по Индексу инноваций. Разработка автора на основе [1]

№	Экономика	Индекс	№	Экономика	Индекс
1	Швейцария	64,6	9	Финляндия	56,9
2	США	61,8	10	Дания	55,9
3	Швеция	61,6	11	Китай	55,3
4	Великобритания	59,7	12	Франция	55,0
5	Нидерланды	58,0	13	Япония	53,6
6	Южная Корея	57,8	14	Гонконг	51,8
7	Сингапур	57,3	15	Канада	50,8
8	Германия	57,2	16	Израиль	50,2

Среди стран, лучше всего превращающих научные исследования в инновационные, на первом месте находится Швейцария. Эта страна уже 12 раз подряд занимает лидирующие позиции. Ее глобальный инновационный индекс составляет 64,6%. За ней следуют США (61,8) и Швеция (61,6). Оперативно достиг первой десятки мировых лидеров Китай (55,3). Стоит заметить, что опыт венчурного финансирования Швейцарии будет достаточно интересен для Республики Беларусь.

В Швейцарии венчурное финансирование представляет собой систему, в которой задействованы государство, университеты, малый и средний бизнес, крупные корпорации и финансовые институты. В целом, правительство ежегодно выделяет около 0,99% ВВП на исследовательские программы (НИОКР). При этом, согласно исследованиям, около 2/3 от общих расходов на научные исследования и разработки финансируется частным сектором и только 30% – за счет средств федерального и кантонального бюджетов [2].

Характерная особенность швейцарской инновационной системы заключается в том, что в отличие от других развитых стран, которые имеют значительные по размерам агентства развития и разносторонние по содержанию программы поддержки (такие как Финляндия и Швеция), классическое государственное стимулирование инноваций ограничивается деятельностью уполномоченного органа – Комиссии по технологии и инновациям. Непосредственная помощь осуществляется в следующих направлениях: обеспечение трансфера технологий; установление комплексной защиты интеллектуальной собственности; разработка блокчейн-экосистемы для более эффективного управления НИОКР; проведение корпоративного налогообложения.

В центре внимания находится стимулирование инновационной активности малых и средних предприятий. Ключевой задачей





государственной политики в области поддержки и развития инновационных промышленных предприятий является обеспечение доступности источников финансирования для начинающих предпринимателей. В Швейцарии благодаря тщательно продуманной политике в области венчурного капитала объем инвестиций национальных и иностранных инвесторов на рискованные активы за последние 10 лет увеличился в четыре раза. Более 30% иностранных инвесторов участвуют в венчурном финансировании на швейцарском рынке венчурного финансирования. К примеру, в качестве стимулов для венчурного капитала в период 2000-2010 гг. предусматривалось льготное налогообложение прибылей и убытков венчурных институциональных и частных инвесторов (бизнес-ангелов).

Характеризуя государственное регулирование инновационной деятельности Республики Беларусь, следует отметить, что государство делает акцент на усиление и ускорение инновационного пути развития экономики. В Республике Беларусь заложены основы для образования и оптимизации работы венчурной индустрии:

- основание и наделение прав на государственный венчурный фонд БИФ;

- создание бизнес-инкубаторов;

- введение грантов, направленных на стимулирование инновационной деятельности субъектов малого предпринимательства;

- установление и выплата вознаграждения автору инновации и др.

Однако указанные меры не способствовали активизации создания в стране полноценной венчурной системы финансирования. Причинами этого являются неразвитость венчурной инфраструктуры; отсутствие венчурных фондов; недостаток инвесторов; сложность системы налогообложения венчурных фондов; недостаточное развитие фондового рынка.

Поэтому сегодня государственное регулирование инновационной деятельности должно быть направлено на расширение правовой базы, развитие фондового рынка, стимулирование инвесторов за счет введения определенных налоговых льгот, существенное увеличение количества субъектов инвестирования – инновационных организаций.

Таким образом, анализируя опыт иностранных стран по финансированию инновационных мероприятий, можно сделать вывод, что для обеспечения национальной конкурентоспособности, а также для повышения эффективности внедрения инноваций, необходимо создать такой вид субсидирования, как венчурное финансирование инноваций. Перспективы развития венчурного финансирования в Республике Беларусь





позволят обеспечить дополнительный приток инвестиций и существенно активизировать национальный инновационный потенциал.

Список использованных источников:

1. Глобальный инновационный индекс 2022 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2022/article_0011.html – Дата доступа: 28.04.2023.

2. Особенности промышленной политики Швейцарии, поддержка инноваций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [file:///C:/Users/user/Downloads/osobennosti-promyshlennoy-politiki-shveysarii-podderzhka-innovatsiy%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/osobennosti-promyshlennoy-politiki-shveysarii-podderzhka-innovatsiy%20(2).pdf) – Дата доступа: 28.04.2023.

© Михаль Е.С., Усович В.А., Герасенко В.П., 2023

УДК 334

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Муленкова В.И.

Научный руководитель Усачева А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Эффективное развитие экономических процессов невозможно без слаженной современной системы управления. Любая управленческая структура в динамично развивающихся условиях нынешнего времени должна базироваться на трёх китах: наличии прогрессивных способов менеджмента, высокого уровня управленческой культуры, повсеместного применения цифровых технологий. Основным критерием эффективности управления является уровень эффективности управляемого объекта.

Проблема эффективности управления является неотъемлемой частью экономики управления, которая включает в себя:

потенциал управления, т.е. совокупность всех ресурсов, которыми располагает система управления. Управляющий потенциал в материальных и интеллектуальных формах;

затраты на управление, которые определяются содержанием, организацией, технологией и объемом работы для реализации соответствующих функций управления;

характер управленческой работы;

эффективность управления, то есть эффективность действий людей в процессе деятельности организации, в процессе реализации интересов, в достижении определенных целей.





Чтобы говорить об эффективном управлении, необходимо оценить работу управленческого аппарата (или конкретно управленца) в динамике, изучить количественные и качественные показатели, результаты деятельности возглавляемого им производства (фирмы), стратегию развития. Естественно, оценка эффективного управления должна быть комплексной и объективной.

Эффективность – это эффективность функционирования системы и процесса управления как взаимодействие управляемых и управляющих систем, т.е. интегральный результат взаимодействия компонентов управления.

Эффективность показывает, в какой степени руководящий орган реализует цели, достигает запланированных результатов [1].

На практике при оценке эффективности управления используются несколько подходов:

1. Целевой подход – оценка степени реализации целей – реализация программы, в зависимости от решения конкретных задач, достижение плановых экономических показателей, прогностический дизайн.

2. Ресурсный подход – оценка эффективности управления в зависимости от степени использования ресурсов, связанных как с самим руководством, так и с применением в производстве продуктов, а также со всеми ресурсами, задействованными в производстве.

3. Оценка достигнутого состояния предприятия, его место в бизнесе – оценка динамики основных экономических показателей за сопоставимый период времени, сравнение их с нормативными значениями, отраслевыми, региональными показателями, аналогичными показателями отрасли - отбирающие компании или крупные конкуренты.

4. Интегрированный подход, так или иначе объединяющий все предыдущие.

Для оценки эффективности работы руководителя используют следующие критерии:

1. Уровень образования. Естественно, высшее специальное образование в сочетании с общим кругозором (грамотностью, умением формулировать идеи, широким спектром знаний в смежных областях и т. д.) – наилучший багаж для руководителя.

2. Компетентность. Умение быстро ориентироваться в разных областях деятельности компании, которую он возглавляет, – незаменимое качество управленца.

3. Преданность делу, ответственность, устойчивость к стрессовым ситуациям, уверенность в выбранном пути, хладнокровие при необходимости принимать решения в экстренных ситуациях.

4. Высокая обучаемость, отсутствие избыточного консерватизма.





5. Склад характера, физический статус, соответствующие выполнению функций.

Практика показывает, что для эффективного управления необходимы четыре ведущие функции: планирование, организация, создание мотивации, анализ результатов. Эти функции последовательно связаны между собой через коммуникации и принятие решений, причем реализация последней предусматривает возврат к первой, замыкая управленческий цикл [2].

Выделяют также методы оценки эффективности управления организацией. Первый метод, называемый затратами, является показателем, характеризующим эффективность управления предприятием. Он основан на соотношении общих управленческих затрат к общему или конечному результату деятельности предприятия. Показатель говорит о том, сколько прибыли получает предприятие на 1 рубль затрат на управление. Второй метод оценки эффективности управления – ресурсный – выражает соотношение общего или конечного результата деятельности предприятия к величине использованных ресурсов, например, численности работников аппарата управления. Данный показатель экономической эффективности управления является статичным. Следует заметить, что достоверность показателей эффективности возрастает, если при анализе форм эффективности управления предприятием учитываются ее динамические аспекты. Это объясняется следующим. Во-первых, характеристики социальных и экономических процессов не остаются неизменными во времени. Во-вторых, разные варианты мероприятий имеют разнонаправленную по периодам динамику результатов и затрат. В-третьих, существуют временные сдвиги (лаги), оказывающие существенное влияние на эффективность вариантов хозяйственных решений. В связи с этим показатели эффективности управления целесообразно рассматривать в динамике посредством регистрации и сравнения изменений за два или более периода. При этом имеет место «динамическая» эффективность управления. Классические методы оценки состояния предприятия основаны на расчете определенных групп коэффициентов и сравнении их с нормативными (базисными) значениями.

Такие методы можно условно разделить на количественные и качественные. Качественные методы основаны на использовании методов опроса специалистов в данной области (или потенциальных клиентов). Они незаменимы при решении сложных задач оценки и выбора технически сложных объектов.

В современной практике эти методы широко используются при анализе и прогнозировании ситуаций с большим числом значимых





факторов, когда необходимо привлечение знаний, интуиции и опыта высококвалифицированных экспертов.

Данные методы основаны на систематизации суждений специалистов. При применении этих методов достигается наиболее подробное описание рассматриваемой проблемы [3].

Экономика XXI века накладывает существенный отпечаток на развитие крупного бизнеса. Зарабатывать деньги становится всё сложнее, а пробиваться в ряды лидеров – тем более. Увеличиваются требования к качеству товаров и услуг, уменьшению затрат на производство. В то же время растёт спрос на высококвалифицированные кадры, повышение эффективности функций управления.

Также, следует помнить, что в своей основе эффективное управление содержит ряд испытанных методов, к которым относятся стратегическое управление производством, самоорганизация и контроль.

Создание эффективной системы управления компанией требует серьезной реорганизации всех направлений бизнеса. Приступать к такому сложному и рискованному делу стоит, предварительно изучив вопросы осуществления глобальных изменений и собрав команду компетентных соратников, только тогда можно достичь определенных успехов [4].

Список использованных источников:

1. Управление организацией: Учебник /Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. - 2-е изд, перераб. и доп. -М.: ИНФРАМ,2016.-669с.

2. Лазаренко, Д. Ю. Управление персоналом на автотранспортном предприятии / Д. Ю. Лазаренко, В. В. Нагорный. – Санкт-Петербург.

3. Модели и методы оценки эффективности управления малым предприятием связи / Е.Д. Леонтьев, 2014.-169с.

4. Эффективное управление: что это такое и как его реализовать.
URL: <https://sales-generator.ru/blog/effektivnoe-upravlenie/>

© Муленкова В.И., 2023

УДК 330.322

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Мусаева Ж.К., Халилова М.А.к.
*Бухарский инженерно-технологический институт,
Бухара, Республика Узбекистан*

Развитие цифровой экономики условно началось в 1990 г., и оно имеет следующие этапы.





1990-2005 гг. Период возникновения цифровой экономики, мы можем видеть, что этот период состоит из четырех частей – эра доткомов, развитие новых рынков электронных услуг, появление электронного бизнеса и электронной коммерции.

2005-2010 гг. Период роста цифровой экономики – в этот период начались электронные услуги и созданы новые виды электронных продуктов.

2010-2015 гг. Период созревания цифровой экономики, в котором появились онлайн-возможности, а цифровые технологии стали постепенно входить в традиционный бизнес.

2015-2020 гг. Проникновение цифровых технологий в неожиданные области и трансформация традиционных бизнес-моделей, а также появление нескольких новых электронных бизнес-моделей.

2020-2030 гг. Осуществление системной трансформации цифровых технологий, т.е. осуществление цифровизации на основе системного подхода, поднятие их на качественно новый уровень на основе криптосистем.

Нам известно, что Индустрия 4.0 – это осуществление кардинальных изменений в производстве и управлении с помощью технических и программных средств цифровых технологий с целью повышения конкурентоспособности бизнеса и страны в глобальном масштабе. Поэтому Индустрия 4.0 состоит из цепочки взаимосвязанных производственных и управленческих процессов, неотъемлемым элементом которой является обмен информацией между цепочками (межчеловеческими, межмашинными, через облака, между центрами обработки данных) с использованием цифровых технологий. В цифровой экономике информация в цифровом виде является основным элементом производства во всех социально-экономических сферах, повышает глобальную конкурентоспособность страны, повышает качество жизни ее граждан, создает новые рабочие места, способствует экономическому росту и обеспечивает национальную независимость. Последовательная реализация программы цифровой экономики в жизни позволяет добиться следующего:

- полностью устраняет правовые препятствия, препятствующие созданию новых технологий, за счет создания новой нормативно-правовой базы;

- создание и развитие инфраструктуры цифровой экономики, включая сети, центры обработки данных, технические и программные разработки в соответствии с современными требованиями;

- обеспечивает всестороннее развитие и обновление системы образования;





создает основательную основу для развития различных компаний, фирм, государственных предприятий и бизнеса в стране;

приводит к формированию организаций, работающих в сфере цифровой экономики и др.

Данная программа развития цифровой экономики должна служить реализации следующих целей таких как создание экосистемы цифровой экономики в Республике Узбекистан; создание институтов и инфраструктуры системы цифровой экономики страны; осуществление всех необходимых мероприятий по организации информационного общества, охватывающего все отрасли Республики; повышение конкурентоспособности Республики в мировом масштабе и на мировых рынках.

Исходя из вышеизложенного, в качестве примеров основных показателей цифровой экономики нашей страны можно привести следующие: появление цифровых продуктов и электронных услуг; достижение изменения характера различных организаций и предприятий и, следовательно, цифровизация их деятельности; создание цифровых платформ, служащих основой цифровой экономики; изменение характера конкуренции в соответствии с цифровой экономикой; адаптация характера потребителей к процессам цифровой экономики; появление новых прогрессивных моделей и механизмов производства; формирование и развитие новых типов бизнес-моделей; трансформация бизнес-моделей традиционных компаний под влиянием вышеупомянутых технологий Индустрии 4.0.

Следует также сказать, что количество пользователей Интернета превысило четыре миллиарда. Количество мобильных телефонов увеличилось даже больше, чем количество людей. Конкуренция между компаниями и ее характер также коренным образом меняются. Капитализация компании напрямую зависит от количества ее интернет-пользователей, количества подписчиков и участников заинтересованных сообществ. Использование облачных технологий позволило работать без специального программного обеспечения. Исходя из вышеизложенного, к основным принципам цифровой экономики можно отнести следующие: повышение потребительской ценности товаров или услуг; переход на производство нестандартной продукции и оказание услуг; обеспечение коммуникабельности, то есть инновационную возможность контроля всех действий клиента при использовании оффлайн и онлайн каналов коммуникации у увеличение; сокращение количества горизонтальных цепочек создания стоимости; максимально сократить транзакционные издержки; максимально сократить жизненный цикл инноваций; обеспечение перехода традиционных компаний на новые рынки





электронных услуг; обеспечение высокого качества электронных услуг; осуществление проникновения промышленности во все сферы хозяйства и производства; обеспечение экосистемы, то есть достижение того, чтобы различные автономные части программного обеспечения работали вместе и становились основами рабочих процессов.

Речь идет не только о компаниях, организующих бизнес в Интернете, но и об организациях и компаниях, ведущих производственную деятельность в автономном режиме во всех отраслях экономики (например, сельское хозяйство, промышленность, горно-металлургия, сфера услуг и т.д.).

Теперь ознакомимся с основными показателями и особенностями цифровой экономики на примере развитых стран:

1. Появление новых видов услуг, которые были невозможны до Интернета С 1990 года по настоящее время появился ряд новых рынков товаров и услуг, основанных на использовании Интернета и информационных технологий. Например, мессенджеры, агрегаторы, интернет-поисковики, интернет-реклама, электронный коучинг, электронное образование и т.д. Электронная коммерция – яркий пример появления новых видов услуг. По данным за 2017 год, на электронную коммерцию приходилось 13,6% розничных продаж в Англии, 13,1% в Германии, 4,2% в России и 9,6% в Китае. Отмечается, что оборот китайской интернет-торговли в 2015 году составил около 400 миллиардов долларов. В настоящее время растет и популярность социальных сетей. Развитие общества создает новые возможности для развития и управления электронным бизнесом. Например, облачное хранилище и службы управления данными открывают беспрецедентные возможности для бизнеса. Теперь компаниям и организациям для своей работы не требуются офисные помещения и дата-центры, нет необходимости привлекать большие объемы инвестиций для создания информационных систем.

2. Капитализация компаний в сфере электронного бизнеса зависит от количества пользователей и увеличения их числа. Это приводит к тому, что компании получают большую сумму дохода от продаж. Например, YouTube получает 100 миллионов запросов в день, а Facebook насчитывает более 2 миллиардов участников. Охват такой большой группы пользователей не только увеличивает капитализацию, но и позволяет зарабатывать большие деньги на рекламе. Например, в 2015 году Facebook только на рекламе заработал более 26,9 млрд. долларов. По итогам 2016 года годовой доход Facebook составил 27,6 млрд. долларов, а чистая прибыль – 10,2 млрд. долларов. Таким образом, цифровая экономика – это





новая экономическая среда, создающая новые и огромные возможности для бизнеса.

3. Полностью изменится структура и характер конкуренции в цифровой экономике. Можно однозначно сказать, что бизнес-модели будут меняться и под влиянием новых технологий цифровой экономики и электронной коммерции. Например, компании-агрегаторы на рынке пассажирских перевозок (такие как Gett Taxi, Яндекс. Такси) внесли множество изменений в работе транспортных компаний и сумели приблизить их к потребителям. Компании по доставке еды также приблизили продавцов к потребителям и добились больших успехов на конкурентном рынке. В результате традиционные офлайн-компании вынуждены трансформировать свой бизнес или выходить в онлайн. Такая ситуация побуждает предпринимателей организовывать свой бизнес в Интернете. Электронная коммерция в наши дни, это в зависимости от характера своих каналов, полноценные онлайн-компании, такие как AMAZON или OZON, социальные сети, мессенджеры, eBay, AVITO или торговые сети, интернет-магазины и логистические компании, размещающие свои каналы электронной коммерции в традиционном офлайн-бизнесе является.

4. Цифровая экономика создала возможность поиска новых идей для бизнеса на основе экспресс-анализа бизнес-аналитики и реализации обратной связи с клиентами. Это позволило оперативно реагировать на инновационные ожидания потенциальных клиентов. В результате такой работы были созданы такие бесплатные сервисы, как Google Analytics и Яндекс.Метрика.

5. Цифровая экономика также характеризуется гораздо более коротким жизненным циклом инноваций. Это способствует быстрому появлению множества новых моделей смартфонов, компьютеров, мобильных приложений и новых версий компьютерных игр. По мнению ряда ученых и экспертов, ожидается появление новых инновационных транспортных систем и на транспорте. Ярким примером могут служить, например, транспортные средства на магнитной подушке, вакуумные транспортные средства, системы Hyperloop и т.д.

6. Генерация инновационных идей с использованием коллективных знаний (массовая коллаборация, краудсорсинг), производство продуктов и услуг, финансирование новых инновационных проектов (краудфандинг).

Благодаря системе Интернет и созданию новых возможностей для бизнеса значительно увеличится доля услуг в ВВП развитых стран. С появлением компьютеров началась информационная революция, и люди стали активно потреблять многие услуги, основанные на информационных технологиях. Информационные технологии вызывают появление все





новых и новых видов услуг, и именно поэтому доля услуг в ВВП развитых стран превысила 70% (США, Англия, Франция, Германия и др.).

7. Возможности совместного потребления материальных благ (Sharing Economy) изменили отношение большинства членов общества к владению материальными благами.

8. Возрастание значения социальных сетей в формировании мнения о товаре или услуге у потребителей. Ведь не секрет, что в наши дни работа и общение в социальных сетях стало неотъемлемой частью жизни всех молодых людей.

9. Чрезмерно возрастает капитализация компаний, работающих в системе Интернет, и чрезмерно возрастает цена криптоактивов в виде «финансового пузыря».

10. Доходы компаний, занимающихся рекламным бизнесом в Интернете, становятся намного больше, чем их расходы.

11. Предприниматели в сети стали продавать не только материальные товары и услуги, но и цифровые и электронные товары. Например, в 2016 году общий объем интернет-продаж превысил один триллион долларов. В электронной коммерции наибольшую долю занимают компании, занимающиеся продажей авиа- и железнодорожных билетов.

12. Новые виды лицензий на интеллектуальную собственность (Публичная лицензия). В этом случае к созданному продукту или услуге применяется правило мажоритарного владения. Например, лицензии типа Creative Common (CC), разрешающие публичное владение интеллектуальной собственностью, General Public License (GPL, GNU), предоставляющая коллективную лицензию на открытое программное обеспечение.

13. Услуги виртуализации постепенно вытесняют с рынка разработчиков программного обеспечения и компьютерных инженеров. Например, корпорация SONY также начала производить ноутбуки по корпоративным заказам, ведь клиенты становятся все более требовательными и поэтому хотят качественных товаров и услуг.

14. Трансформация бизнес-моделей. Цифровая экономика проявляется в новых бизнес-моделях, и это создает уникальную цепную реакцию среди других участников рынка. Самые популярные из них – стремление к кастомизированным продуктам и услугам, желание получать персонализированные услуги, развитие компании. заключается во включении инструментов электронной коммерции в нишевую стратегию и использовании цифровых бизнес-архитектур, таких как Freemium-модель, Tree-to-play, Print-on-demand, Full-Crowdsourcing, Donation. Организация прямых продаж фирм-производителей через Интернет, использование





электронных витрин, организация сетевых и межсетевых виртуальных бирж, возможность работы без складов (drop shopping) и пополнение запасов по требованию (on-demand).

15. Повышение уровня знаний специалистов, подготовленных высшими учебными заведениями, до уровня современных требований, потому что в настоящее время уровень знаний специалистов, получивших высшее образование, устаревает на 50% всего за два года после окончания вуза.

16. В настоящее время набирающая популярность возможность работы из домашних офисов, то есть цифровая экономика, позволяет многим людям работать полный рабочий день в компаниях, фирмах или организациях, не выходя из дома.

Список использованных источников:

1. Мусаева Ж. К. Роль цифровой трансформации в развитии экономики Узбекистана. – 2021.

2. Мусаева Ж. К., Шарипова М. М. Информационная безопасность – важное условие цифровой экономики. – 2021.

3. Mukhsinov B., Yuldasheva S., Jamila Musaeva International journal of advanced science and technology vol. 29, no. 5, (2020) //ISSN. – 2005. – Т. 4238. – С. 1922-1926.

4. Мусаева Ж. К. Тенденции развития цифровой экономики и образования в Узбекистане //Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации. – 2021. – С. 246-250.

5. Karomatovna M. J. WAYS TO INCREASE THE INVESTMENT POTENTIAL OF THE REGION IN MODERN CONDITIONS //Journal of Advanced Scientific Research (ISSN: 0976-9595). – 2023. – Т. 3. – №. 2.

6. Мусаева Ж. К., Шарипова М. М. INFORMATION SECURITY IS AN IMPORTANT CONDITION FOR THE DIGITAL ECONOMY //Тенденции экономического развития в XXI веке. – 2021. – С. 323-326.

7. Musayeva J. K. O ‘ZBEKISTON IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISHDA AKTIVLARNI BOSHQARISHNING O ‘RNI VA ROLI //Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. – 2023. – Т. 3. – №. 4. – С. 554-564.

8. Мусаева, Ж. К. "РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В РАЗВИТИИ НАУКИ И ТЕХНИКИ."ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНИШ УЧУН ИЛМИЙ АХБОРОТ РЕСУРСЛАР: 51.

© Мусаева Ж.К., Халилова М.А.к., 2023





УДК 339.13

РЫНОК ОБУВИ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Навражных А.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Санкции, кризис 2015-2016 годов вызвал серьезные изменения на рынке обуви, привел к сокращению продаж, последующему росту цен и в итоге к стагнации рынка в течении 5 лет. Эту ситуацию усугубила пандемия и отказ от покупок россиян в условиях ухудшения благосостояния и неопределенности. Однако в 2021 году удалось переломить эту негативную тенденцию. Драйверами роста стали такие факторы как увеличение реальных доходов населения, накопившийся отложенный спрос, снятие антиковидных ограничений, а также активное развитие сегмента Интернет-торговли. При этом положительная динамика развития рынка обуви приостановилась по итогам 2022 года, ряд популярных зарубежных брендов из сегментов «масс-маркет» и «люкс» приостановили работу в России из-за «спецоперации». Объем рынка обуви в России упал почти на 10% [1], что частично объясняется уходом многих зарубежных компаний. Так, во втором квартале 2022 года стоимостные объемы всего экспорта из США в Россию сократились на 87% относительно аналогичного периода 2021 года, из Германии – на 59%, из Франции – на 75%, из Италии – на 35% [2]. Большое количество ушедших с рынка России образовало «дыру» в нише, освободило место для новых компаний. Сейчас это место пытаются заполнить другие страны-импортеры. В этот же период на российский рынок начали активно выходить новые компании Беларуси, Китая, Турции и другие страны, на долю Китая приходится 69,3% поставляемых российским потребителям пар обуви, на Беларусь – 14,6%.

Эти изменения на рынке привели к смещению акцентов инвестиционных проектов на усиление локального бизнеса, параллельно появился спрос и на локальные марки, а отечественные компании начали выпускать обувь по своим товарными/торговыми марками.

С середины 2021 года также в России наблюдается устойчивая тенденция к росту внутреннего производства обуви. Одними из наиболее ярких представителей активно развивающихся российских обувных компаний являются Ralf Ringer, Котофей, Юничел, Westfalika, производящие обувь в среднем ценовом сегменте. Данные компании уже давно находятся на рынке и уже заработали лояльность своих покупателей.





Говоря о молодых брендах стоит отметить такие, как Razumno, Sintezia, COSHO, Kim Malygin и др. Они в свою очередь ведут более дорогую ценовую политику, сочетая в своем продукте все потребности людей в оригинальной, эксклюзивной и стильной обуви.

Необходимо отметить, что политические и экономические изменения в стране отразились и на российских потребителях. В целом, говоря о российском потребителе, можно отметить, что он стал лучше ориентироваться на рынке обуви, появилось стремление следить за модой и стараться следовать её тенденциям, предъявляя повышенные требования к качеству и стилю обуви, обувь на сезон покупается в этот же сезон. Из всего этого следует то, что потребность в новой, стильной и уникальной обуви на рынке растет, а спрос еще не удовлетворяет ее. В регионах потребители стремятся покупать универсальную обувь, вследствие низкой покупательной способности населения

При этом наш потребитель уже в большей степени переориентирован на отечественные бренды, готов поддерживать начинающих дизайнеров, в меньшей степени заинтересован в брендах Китая, Беларуси и Турции. Качество их продукции и стилистический аспект не удовлетворяют потребности российских потребителей. В следствие этого они начинают искать товары, приближенные к тем, что потребляли раньше.

Что формирует еще одну специфику российского рынка обуви в настоящих условиях – подвижность рынка в части распределения между брендами. Это касается большого количества российских потребителей, оставшихся без продукта и еще не нашедших достойной замены. Подвижность рынка в распределении между брендами означает, что покупатели еще не приняли окончательного решения о выборе новых брендов взамен ушедшим. Это указывает на то, что конкуренция между брендами на рынке продолжается и покупатели продолжают искать лучшие предложения. Подвижность рынка связана с изменением потребительских предпочтений, уходом или появлением новых игроков на рынке. Компании, которые могут быстро адаптироваться к изменяющимся требованиям покупателей, могут иметь больший успех в условиях подвижности рынка [3].

Такая ситуация дает возможность, как и новым брендам выходить на рынок и завоевывать свободного потребителя, так и старым – пересматривать свои стратегии, создавать новый продукт и увеличивать свою долю рынка.

Еще важным аспектом является развитие и распространение онлайн-торговли и маркетплейсов. В 2022 году доля онлайн покупок относительно классических покупок в магазинах выросла до 63% [4], предполагается дальнейший рост в последующие годы. Присутствие на маркетплейсах





снижает бизнес-риски и диверсифицирует каналы продаж, а рост доли покупок в таких магазинах дает возможность без серьезных затрат на открытие физического магазина заработать аудиторию и рынок. Более низкий порог вхождения на маркетплейсы дает шанс новым брендам на быстрый и эффективный рост.

Положительно влияет на развитие рынка обуви решение Правительство РФ о продлении действующего в 2022 году моратория [5] на внеплановые проверки на 2023 год. Это было сделано в целях поддержки бизнеса и предпринимательства, что дает возможность компаниям и новым брендам сфокусироваться на своей основной деятельности. Также еще одной поддержкой от государства стало введение Единого налогового платежа, что ускоряет процесс уплаты налогов и упрощает его во многом для тех, кто только начал вести свой бизнес. Сейчас активно развивается поддержка малого бизнеса и начинающих предпринимателей и одним из проводимых мероприятий стала выдача гранта от 100 до 500 тысяч рублей лицам до 25 лет на создание и развитие своего дела [6].

Наряду с имеющимися и новыми возможностями также появляются и проблемы, влияющие на развитие рынка, способные нанести вред для всего бизнеса или его частей. Одной из таких угроз, эксперты обозначают сокращение горизонта планирования, что негативно сказывается как на долгосрочном планировании в компании, так и на экономическом росте в целом в стране. Такая неопределенность приводит к росту тревожности за будущее бизнеса и, в связи с этим люди не вкладываются в развитие, что и ведет к спаду деловой активности в стране. Что также усиливает стресс, связанный с изменением в экономике, отражается и на здоровье людей, снижая их работоспособность.

Владельцы бизнесов отмечают, что одной из причин кризиса в их компаниях является нежелание потребителя тратить доходы в условиях все возрастающей неопределенности и отъезд части платежеспособного населения. Многие люди, готовые платить за товары или услуги выше среднего чека и в классе люкс покинули страну и еще не вернулись, что ухудшает ситуацию для новых нишевых брендов. Уехали не только клиенты, но и некоторые квалифицированные специалисты, что в перспективе может ухудшить как качество продукции, так и в общем репутацию бизнеса. Тенденция оттока наиболее квалифицированных кадров из России наблюдается уже несколько лет, что не может не отражаться негативно на бизнесе [7].

Для обувной промышленности одной из важнейших угроз сейчас является истощение запаса материалов в стране, без возможности связаться с большинством старых поставщиков. Многие страны





прекратили ввоз или транзит товаров через свою страну, что приводит к удорожанию логистических процессов или вовсе их невозможность. От этого страдает в основном малый бизнес, не имеющий достаточных финансовых ресурсов и связей с большими поставщиками для решения проблем с материалами.

Подорожание товаров коснулось экономической стабильности домохозяйств и поставила ее под угрозу. Ухудшение их финансового состояния напрямую влияет на покупательскую способность и на состояние бизнесов с такой целевой аудиторией, как люди со средним и низким доходом.

В заключение можно отметить, что рынок является динамической, изменяющейся структурой со спадами и взлетами, с новыми возможностями, а также угрозами. Владельцам бизнеса или начинающим предпринимателям всегда нужно анализировать конъюнктуру рынка и подстраиваться под нее исходя из своих стратегических целей.

Список использованных источников:

1. Обувь (рынок России) // Tadviser: сайт. – URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Обувь_\(рынок_России\)#:~:text=на этой странице-,2022:Пр%D](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Обувь_(рынок_России)#:~:text=на%20этой%20странице-,2022:Пр%D) (дата обращения 07.05.23)

2. Объем рынка обуви РФ по итогам 2022 года // Fashionexpo: сайт. – URL: <https://fashionexpo.ru/tpost/khltyz7kg1-aleksandra-sakaeva-obem-rinka-obuvi-rf-p> (дата обращения 07.05.23)

3. Что ждёт российский рынок в 2023 году? // New Retail: сайт. – URL: https://new-retail.ru/business/что_zhdyet_rossiyskiy_rynok_v_2023_godu_marketpleysy_stm_i_novye_strategii_razvitiya_brendov/ (дата обращения: 10.05.2023)

4. Доля онлайн-покупок россиян за 2022 год выросла до 63% // Retail Loyalty: сайт. – URL: <https://retail-loyalty.org/news/dolya-onlayn-pokupok-rossiyan-za-2022-god-vyrosla-do-63/> (дата обращения 09.05.23)

5. Мораторий на проверки предприятий и предпринимателей // Мой бизнес: сайт. – URL: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/anticrisis/moratoriy-na-proverki-predpriyatiy-i-predprinimateley> (дата обращения 08.05.23)

6. Гранты для молодых предпринимателей // Мой бизнес: сайт. – URL: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/anticrisis/granty-dlya-molodykh-predprinimateley> (дата обращения 08.05.23)

7. Полянская, Э.В. Миграционный отток квалифицированных кадров как угроза экономической безопасности региона / Э.В. Полянская // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2021. – Т. 2021, № 4. – С. 51-61.

© Навражных А.В., 2023





УДК 338.1

АНАЛИЗ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Навражных А.В., Тихонова О.А., Андросова И.В., Квач Н.М.
*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Анализ оборотного капитала компании является важным инструментом для оценки финансового состояния компании и ее потенциальных возможностей для роста и развития. Если он слишком высок, то это может указывать на то, что компания имеет низкую эффективность управления своими текущими активами и обязательствами, а также на недостаточное использование финансовых ресурсов для инвестиций в будущее развитие. Если оборотный капитал компании низок, это может свидетельствовать о проблемах с ликвидностью компании, что может привести к серьезным проблемам в ее деятельности и даже к банкротству [1].

Анализ оборотного капитала в химической отрасли имеет свои особенности, связанные с отличительными чертами деятельности данной отрасли. Одной из основных особенностей является высокий уровень инвестиций в запасы сырья, материалов и готовой продукции. В связи с этим, анализ оборотного капитала должен включать оценку запасов, их структуру и оборачиваемость, а также учет сезонности и колебаний цен на сырье и материалы.

Еще одной особенностью является высокий уровень дебиторской задолженности. Компании часто предоставляют отсрочку платежей своим покупателям, что может привести к увеличению дебиторской задолженности и снижению ликвидности. Поэтому анализ оборотного капитала также должен включать оценку дебиторской задолженности, ее структуру и сроки погашения. Химическая промышленность производит разнообразные виды химической продукции: горно-химическое сырьё, продукты основной химии (аммиак, неорганические кислоты, щёлочи, минеральные удобрения, соду, хлор и хлоропродукты, сжиженные газы и др.), синтетические смолы и пластические массы, химические волокна и нити, материалы и изделия из пластических масс и стеклопластиков, лакокрасочные материалы, синтетические красители, химические реактивы, фотохимическую продукцию, товары бытовой химии и др. В отрасли сосредоточено 7% основных производственных фондов промышленности.





В рамках исследования были проанализированы компании: ООО «ЕвроХим», АО «Капролактам Кемерово», ООО «Сингента продакшн», ООО «Волгаферт», а также один из крупнейших компаний ПАО «Уралкалий», которые занимаются производством и обработкой минеральных удобрений. При анализе оборотного капитала по основным элементам можно сказать, что в химическом секторе за период 2020-2021 гг. произошли значительные изменения в содержании денежных средств и денежных эквивалентов, которые уменьшились в среднем на 82%, и увеличилась дебиторская задолженность на треть. Предприятия сокращали количество запасов сырья и материалов, так как некоторое сырье не было доступно из-за эпидемиологической ситуации в мире и ограничения импортных товаров [2].

При анализе химического сектора было выявлено соотношение оборотных активов и внеоборотных активов меньше единицы, что характеризует данную отрасль как фондоемкую. В 2021 году предприятия закупили основные средства, совершенствовали технологию производства, что неизбежно привело к сокращению удельного веса оборотных активов в балансе. Это может быть вследствие введенных ограничений на закупку некоторых видов импортного химического сырья и других комплектующих.

Анализ операционного, производственного и финансового циклов в отрасли. Производственный цикл представляет собой продолжительность процесса с момента поступления сырья и материалов до передачи готовой продукции в реализацию. В химической отрасли этот цикл занимает в среднем меньше месяца [3], это характеризуется следующими особенностями данной отрасли:

четко установленные правила работы с сырьем и его обработкой для обеспечения безопасности производства;

является одной из динамических отраслей промышленности, использующая достижения научно-технического прогресса;

относительно невысокая трудоемкость и т.д.

Операционный цикл является промежутком времени от поступления сырья и материалов до получения денег от покупателя. В химической отрасли операционный цикл варьируется в зависимости от времени погашения дебиторской задолженности в связи с тем, что компании в этой отрасли, в основном, используют отсроченную оплату за продукцию.

Финансовый цикл отражает промежуток времени между оплатой денег поставщику за сырье и получением денег от покупателя за готовую продукцию, этот цикл также зависит от периода обращения дебиторской задолженности и типа расчета с покупателями.





Средние показатели оборачиваемости в химической отрасли позволяют говорить о том, что в этой отрасли преобладают высокая деловая активность, эффективность использования оборотных средств и рост прибыли на один рубль капитала компаний за анализируемый период.

Одним из лидеров данной отрасли является компания «Уралкалий». ПАО «Уралкалий» – один из ведущих мировых производителей и экспортеров хлористого калия. Компания выпускает существенную долю мирового объема калийных удобрений, около 80% всей продукции идет на экспорт. Рассматривая эту компанию, можно наглядно увидеть специфику химической отрасли.

В анализируемом периоде запасы увеличились в связи с тем, что было увеличено количество сырья и материалов на складе. Незавершенное производство уменьшилось на половину, а готовая продукция увеличилась за счет завершения обработки остатков предыдущих периодов. Величина денежных средств была увеличена за счет продажи готовой продукции.

Стоит обратить внимание на большую долю дебиторской задолженности в оборотном капитале. Ее уменьшение на 3% в 2021 году может говорить о более осмотрительной кредитной политике предприятия. Высокая доля дебиторской задолженности в активах предприятия снижает его ликвидность и финансовую устойчивость, повышает риск финансовых потерь. Однако, в случае этой компании 90% дебиторской задолженности приходится на краткосрочную, по итогам 2021 года – за 2020 год просрочили платеж лишь на 5% от его итоговой суммы, что для данного предприятия является контролируемой величиной.

Соотношение оборотного и внеоборотного капитала за 2020 и 2021 годы в компании показало увеличение оборотного капитала на треть. Однако показатели характеризуют производство как фондоемкое ввиду большого объема использования средств производства: оборудование, здания, машины и аппараты химического производства.

Можно заметить (табл. 1), что в 2021 году сократился производственный цикл на 4,5 дня, что свидетельствует о том, что предприятие ликвидирует простои, модернизирует оборудование, повышает производительность труда, ускоряет процесс продажи. Операционный цикл уменьшился больше чем на четверть за счет увеличения выручки почти в два раза и уменьшения производственного цикла. Финансовый цикл также уменьшился на 67 дней, что означает более быстрый расчет с дебиторами и уменьшение времени нахождения организации без денежных средств. Финансовый цикл указывает на количество дней операционного цикла, которые могут быть погашены собственными денежными средствами, его сокращение больше чем на треть очень благоприятно для компании.





Таблица 1 – Производственный, операционный и финансовый цикл компании «Уралкалий» за 2020-2021 гг.

Период	Производственный цикл, дни	Операционный цикл, дни	Финансовый цикл, дни
2020 год	50,7	208,9	166,9
2021 год	46,2	150	99,9

В целом компания показывает отличные результаты за счет использования новых разработок обработки и добычи сырья, в том числе своих собственных.

В динамике в 2021 году все показатели оборачиваемости (табл. 2) повысились по сравнению в 2020 годом, что положительно влияет на рентабельность. В 2021 году рост цен и спроса на мировом калийном рынке оказал позитивное влияние на основные финансовые результаты ПАО «Уралкалий» [4].

Таблица 2 – Средние показатели оборачиваемости компании «Уралкалий» за 2020-2021 гг.

Показатель	2020	2021
Оборачиваемость оборотных активов в днях	304,87	195,58
Оборачиваемость запаса в днях	50,7	46,63
Оборачиваемость дебиторской задолженности в днях	158,21	103,78
Оборачиваемость кредиторской задолженности в днях	30,14	18,65
Оборачиваемость активов в днях	1559,45	720,28
Оборачиваемость собственного капитала в днях	516,87	110,13

В течение отчетного периода наблюдался устойчивый тренд к росту цен на хлористый калий на ключевых рынках [5], а также увеличение объема мировых поставок хлористого калия на фоне рекордных уровней цен на основные сельскохозяйственные культуры, поддерживаемые высоким мировым спросом, а также на фоне сокращения товарных запасов калия в ключевых регионах в условиях ограниченного предложения.

Коэффициент оборачиваемости оборотных активов предприятия ниже отраслевых значений, что может говорить о низкой эффективности использования оборотных средств. Коэффициент оборачиваемости запасов показывает более быструю реализацию готовой продукции. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности предприятия уменьшился, что означает более частые выплаты дебиторами. Коэффициент оборачиваемости активов сильно ниже, чем по отрасли. Из этого следует, что предприятие не эффективно использует свои активы, имеет излишнее накопление оборачиваемых активов.

В разрезе 2020-2021 годов предприятие «Уралкалий» показывает достаточно хорошие результаты развития компании, оно является фондоемким, активно использует и развивает автоматизированную добычу, обработку сырья и производство удобрений. По сравнению с отраслью наблюдается некоторое отставание вследствие неэффективного использования ресурсов, однако рассматривая 2020 и 2021 год стоит сказать о значительном влиянии пандемии на все аспекты деятельности, в том числе химической отрасли и конкретно компании «Уралкалий».





В химической отрасли за период 2020-2021 годов наблюдается снижение денежных средств и денежных эквивалентов, удержание запасов сырья и увеличение дебиторской задолженности. Прослеживается динамика уменьшения оборотных активов и роста внеоборотных; коэффициент их соотношения ниже единицы, что свидетельствует о возможном увеличении производственной базы, менее ликвидных оборотных активах, но также о высокой фондоемкости отрасли.

Производственный цикл в химическом секторе занимает относительно небольшой период времени. Операционный и финансовый циклы же представляют собой более продолжительные периоды в связи с высоким использованием отсроченных платежей.

Список использованных источников:

1. Симонова В.А., Квач Н.М., Макарова Н.С., Андросова И.В., Джавадов Т.А., Шильцова А.В. Методика анализа эффективности активов и оптимизации их структуры на предприятиях текстильной промышленности // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2022 №1 (397)-С. 85-91

2. Влияние COVID-19 на промышленность полимерных материалов // Институт «Центр развития»: сайт. – URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2020/06/09/1605377990/> (12.04.2023)

3. Ресурс БФО: сайт. – URL: <https://bo.nalog.ru/organizations-card/6214284> (дата обращения 20.04.2023)

4. Уралкалий: сайт. – URL: https://www.uralkali.com/ru/press_center/press_releases/item45293/ (дата обращения 20.04.2023)

5. Химия-2023: сайт. – URL: <https://www.chemistry-expo.ru/ru/articles/2016/otrasli-himicheskoy-promyshlennosti/> (дата обращения 20.04.2023)

© Навражных А.В., Тихонова О.А.,
Андросова И.В., Квач Н.М., 2023





УДК 658.8

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ: СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОГРАММ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ

Назина Е.В., Погориляк Б.И.

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

Цифровой маркетинг с точки зрения корпораций по состоянию на текущий момент является едва ли не единственным способом поддержки взаимодействия и коммуникации первых с потребителями, основу которого составляют персональные цифровые устройства и технологии. Целью такого маркетинга и, как следствие, digital коммуникаций можно считать обеспечение информационного присутствия продукта, предприятия, региона в интернете, его узнаваемости в сознании потребителя благодаря образам эксклюзивных отличий, уникальности, хорошей репутации, максимизацию трат клиентов на широкий комплекс предоставляемых им товаров и услуг [1]. Вполне очевидно, что через использование вышеуказанного типа маркетинга менеджеры компаний стремятся добиться не только своевременного сбора объективной и достоверной информации о рынке в целом и целевой аудитории в частности, но и отследить динамику продвижения бренда, товара и/или услуги.

Для того, чтобы сформировать более полную картину о современных программах лояльности, претерпевающих изменения в результате замещения традиционного маркетинга цифровым, необходимо отметить, что такие революционные движения обусловлены, в первую очередь, цифровизацией и цифровой трансформацией в мире, в частности высоким уровнем проникновения интернета (особенно в странах с развивающимся рынком капитала – порядка 96%), распространением цифровых технологий и проч. Кроме прочего, по мнению ряда экспертов, digital маркетинг решает ключевой недостаток традиционного – полное отсутствие или недостаточный уровень взаимодействия с клиентами, именно по этой причине он охарактеризовался взрывным ростом в условиях крайне высокого уровня конкуренции за потребителей между брендами различных уровней и организационно-правовых форм [2].

Исходя из всего вышесказанного, корпоративные программы потребительской лояльности на базе цифрового маркетинга и развития новых технологий также не могут не претерпевать существенных изменений, особенно учитывая обострение ряда весомых проблем, с





которыми мировые и локальные бренды сталкиваются в ходе привлечения новых, а также удержания старых клиентов.

В целом принято считать, что программы лояльности очень часто игнорируются, однако, по мнению авторов, они все еще являются эффективным инструментом для бизнеса, который может обеспечить мотивацию потребителей к повторным покупкам, а также способствовать выстраиванию доверительных отношений с ними и, как следствие, повышению рентабельности деятельности в целом. При этом положительных результатов от внедрения современных корпоративных программ лояльности можно достичь только при условии их рациональности, соответствия потребительским трендам. Важность потребительских программ лояльности вполне очевидна. Кроме того, исследования показывают, что привлечение нового клиента обходится бизнесу примерно в 5-10 раз дороже, чем издержки на его удержание [3].

Результаты исследования Блога приложения «Кошелёк», представленного на рис. 1 и посвященного изменению трендов и факторов, непосредственно влияющих на «оболочку» современных программ лояльности потребителей в 2021 году, а также ожиданий последних от таких программ, свидетельствуют о том, что порядка 76% потребителей остаются с брендом благодаря грамотно сформированным, внедренным корпоративным программам лояльности.

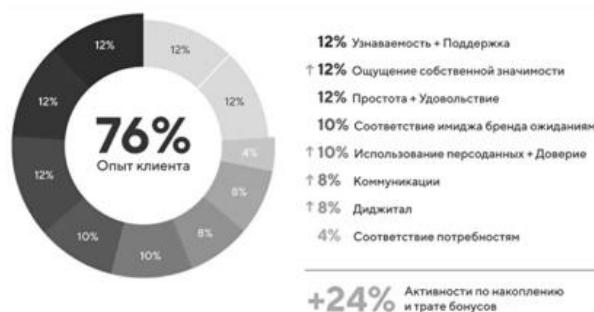


Рисунок 1. Факторы, определяющие вовлеченность покупателя в корпоративную программу лояльности [4]

В общем случае ключевыми факторами вовлеченности клиента в программу лояльности оказываются: их функциональность и персонализированность, а также удобство для покупателей. Действительно, в условиях цифровизации, а также цифровой трансформации маркетинга инициирование активного участия потенциальных потребителей в анализируемых программах через простой инструмент вознаграждений взамен накопленных баллов или же бонусов невозможно. Программы лояльности, мотивирующие к долгосрочному опыту взаимодействия с компанией, должны быть выстроены на эксклюзивных механиках и индивидуальных настройках (в частности: выбор категорий, предложений партнеров и пр.).





Последние, в свою очередь, уже зарекомендовали себя в коалиционных программах, гарантировав покупателям новый клиентский опыт. Этому, очевидно, будет способствовать комплексная работа с мобильными технологиями и Big Data. Посредством использования таких инструментов можно будет не только обрабатывать базовые сведения о потребителе, но и принимать во внимание множество дополнительных, в частности: сферы интересов, наиболее предпочтительные категории, а также география покупок и проч. Функциональный анализ полученных данных может стать отправной точкой разработки для каждого клиента релевантных предложений.

В свою очередь, удобство программ лояльности на сегодняшний день обеспечивается за счет распространения концепции user-friendly посредством внедрения сервисов с использованием инновационных технологий последних поколений, и сокращения количества пластика, что, вместе с тем, отвечает и потребительским трендам на экологичность и сокращение углеродного следа. Так, активно масштабируются технологичные проекты и решения в области бесконтактной оплаты (например, Stocard и «Кошелек» как непосредственные агрегаторы скидочных карт и пр.) В большинстве своем бренды стараются осуществить запуск таких программ потребительской лояльности, фундамент которых составляет собственное мобильное приложение.

Целесообразно отметить, что ряд отечественных компаний и франшиз, практически сразу подхвативших тренд на диджитализацию маркетинга в целом и программ потребительской лояльности в частности, непрерывно разрабатывают и внедряют все новые инструменты, при этом отличающиеся относительной дешевизной и огромной функциональностью. В качестве примера можно привести сеть продуктов здорового питания «Вкусвилл», которая умышленно разработала чат-бот, отказавшись от создания мобильного приложения. Указанный выше чат-бот, по мнению экспертов, вполне конкурентоспособен на рынке, это во многом обусловлено автоматическим выполнением сложных технических операций по карте (перенос накопленных бонус с утерянной карты, смена мобильных телефонов, привязанных к карте и пр.).

В развитии темы с персонализированными программами лояльности с высокой долей вероятности можно утверждать, что для современных покупателей определенный статус и имидж, присвоенный брендом, становится более предпочтительным по сравнению с вознаграждением за действие. Вместе с тем планомерное формирование статуса посредством системного накопления порогового уровня баллов является и более эффективным методом удержания клиента непосредственно для самих компаний.





Вышеописанные программы лояльности пользуются особой популярностью в России; самый успешный кейс, по мнению автора, принадлежит франшизе кофеен «Хлеб Насущный». Так, перезапуск программы лояльности любителей «кофе с собой» основывался на смещении фокуса в сторону многоступенчатой, ранговой схемы вознаграждения. Каждый ранг из пяти возможных (bronze, silver, gold, diamond, platinum) достигался через накопление бонусов и предполагал особые привилегии для клиентов. О результативности данного кейса можно свидетельствовать в результате увеличения средней суммы чека на целых 4,7%. Кроме прочего, директор по маркетингу указал, что удалось достичь главной цели – выстраивание наиболее прочных и длительных отношений с покупателями, особо отметив перспективы по масштабированию, которые открываются благодаря мобильным технологиям и цифровому маркетингу [5].

Как уже отмечалось выше, увеличивающееся многообразие материальных и нематериальных вознаграждений должно базироваться на создании для потребителей нового уникального опыта взаимодействия с брендом. Особо интересные «плюшки», эмоциональный отклик на некоторые предложения, кейсы обеспечат переход клиентов в разряд постоянных и наиболее лояльных. Руководствуясь этими рассуждениями, современными маркетологами был разработан новый инструмент – геймификация, включающийся в программу лояльности и вытекающий из фундаментальных концепций цифрового маркетинга вкупе с игровой индустрией.

Использование геймификации в различных секторах экономики применительно к программам лояльности тесно коррелирует с накоплением баллов, а также присвоением определенных рейтингов в ходе состязаний участников различных уровней сложности. Такой инструмент маркетинга, абсолютно точно, является новаторским и в должной мере обеспечивает повышение интереса к брендам и их продуктам. Вместе с тем, он способствует решению пула тактических задач этих брендов, в частности продвижение сложных продуктов через формирование потребности.

Справедливо отметить, что популярность геймификации с точки зрения «бренд-потребитель» заключается в том, что вкупе с традиционными механизмами («чем больше очков, тем больше размер вознаграждения») имеет место азарт от соревнований с остальными участниками. Чаще всего этот инструмент в рамках корпоративных программ потребительской лояльности используется банками или же игроками рынка B2C, реже – довольно узкими нишевыми B2B-продуктами.





Интеграция платежных инфраструктур в мобильное устройство, развитие платежных решений через QR-коды, использование биометрии, а также, вероятно, управление платежами через устройства виртуальной и дополненной реальности и нейроинтерфейсы, позволит улучшить потребительский опыт за счет упрощения механизма идентификации пользователя, ускорения обслуживания и снижения вероятности ошибок, обеспечивать крайне оперативное реагирование на рыночные сигналы и разработку наиболее релевантных потребительских предложений [6].

Сегодня цифровой маркетинг, глобальное проникновение сети интернет, а также пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 выступили определенного рода катализаторами трансформационных изменений в программах потребительской лояльности.

Эти трансформационные изменения, прежде всего, основаны на предоставлении клиентами уникального опыта взаимодействия с брендом, функциональности, удобстве, а также персонализации предложений посредством использования новых цифровых технологий и устройств. Кроме того, можно обозначить тренд на общее усложнение анализируемых программ лояльности покупателей, их «кастомизации», повышение качество оказываемого сервиса, таргетированный подход к каждому клиенту.

Сегодня цифровые технологии вкупе с цифровым маркетингом способны сформировать инструментарий программ лояльности, уровень которого необходим и достаточен, во-первых, для высокоэффективной коммуникации с потенциальными покупателями, во-вторых, для присвоения постоянным клиентам статуса истинно лояльных.

Список использованных источников:

1. Шишкин А.В. Методологическое обоснование комплекса показателей, определяющих эффективность управления маркетинговым потенциалом региона / А. В. Шишкин, Т. В. Муртузалиева, Б. И. Погорилык // Практический маркетинг. – 2017. – № 10 (248). – С. 14-22. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29946598> (дата обращения: 27.04.2023).

2. Интернет-доступ (мировой рынок) // TAdviser - российский интернет-портал и аналитическое агентство. [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF_%28%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%29 (дата обращения: 10.10.2022).





3. Лояльность через Digital: как выбрать лучшее // Информационный портал vc.ru. [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: <https://vc.ru/marketing/201716-loyalnost-cherez-digital-kak-vybrat-luchshee-reshenie> (дата обращения: 28.04.2023);

4. Тренды программ лояльности в 2020 году. Перевод исследования Visa Bond Brand Loyalty // Блог приложения «Кошелек». URL: <https://blog.cardsmobile.ru/trendy-v-programmah-loyalnosti-v-2020-godu-bond-brand-loyalty> (дата обращения: 28.04.2023).

5. Программы лояльности в стиле Digital // Маркетинговое CRM-агентство IN BRIEF. URL: <https://www.inbrief.ru/blog/9/> (дата обращения: 28.04.2023).

6. Ключевые тенденции цифровой трансформации финансовых услуг в России и их влияния на потребительский опыт: прогнозы экспертов / Л. Г. Прокопова, С. В. Сухов, М. Д. Твердохлебова [и др.] // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2022. – Т. 13. – № 2. – С. 202-221.

© Назина Е.В., Погорилык Б.И., 2023

УДК 339.9.012

ИСТОРИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ФИНАНСОВ В РОССИИ ПОСЛЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ 18-19 вв.

Накаряков А.А.

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

На протяжении большей части известной истории развития человечества обмен различными товарами и услугами между людьми был своеобразной нормой жизни. С развитием человечества и появлением товарно-денежного обмена в повседневную жизнь большинства людей входят торговцы, люди, которые на свой страх и риск занимаются активной деятельностью по распространению товаров между широкими массами людей, с получением собственной выгоды – это и были первые предприниматели. Учитывая медленное развитие человечества на протяжении сотен лет, деятельность торговцев для нескольких поколений людей практически ничем не отличалась и только с началом промышленных революций происходят стремительные преобразования в жизни общества, а одним из ключевых инициаторов этих преобразований являются предприниматели. Предприниматели становятся неотъемлемой частью жизни общества и наравне с государственными институтами влияют на социальную жизнь общества и доминирование тех или иных государств на международной арене. При этом к предпринимателям в





различные периоды истории кроме торговцев можно относить помещиков, купцов, дворянство, буржуазию, фермеров, феодалов, ростовщиков – все они в большей или меньше степени действовали на свой страх и риск, зарабатывая, накапливая и вкладывая прибыль с целью дальнейшего получения дохода.

Основные этапы преобразования и усиления предпринимательства совпадают с тремя промышленными революциями. Первая из них охватывает возникновение и бурное развитие мануфактурного производства, увеличения производительности труда и период первоначального накопления капитала. Время второй промышленной революции характеризует возникновение и эволюцию понятия «менеджмент» как системы профессиональных управленцев. Третья промышленная революция предъявила новые требования к предпринимательству, сделав акцент на развитии инновационного производства и актуализации социальной ответственности бизнеса. Предпринимательство, представляя собой самую массовую форму предпринимательской деятельности, становится способно решить такие острые общественные проблемы, как: вовлечение в активную экономическую деятельность значительного числа людей и как следствие снижение уровня безработных; расширение конкурентной среды и ослабление монополизации; переориентация деятельности субъектов малого предпринимательства под производство дефицитных товаров и услуг и заполнение соответствующих открытых рыночных ниш; формирование значительного слоя мелких собственников и обеспечение условий для создания среднего класса как залога экономической и социальной стабильности в обществе. После Англии, промышленная революция распространяется по Европе – Франция, Германия, затем США и Россия. Технологический прогресс в каждой из стран сталкивается с особенностями социальной жизни общества и ее правящей верхушки, может растягиваться во времени или отличаться по масштабам, но единственное остается схожим – технологический прогресс плотно проникает в экономику и требует соответствующих преобразований

Становление предпринимательства в России приписывают года правления Петра I XVII-XVIII вв., а его усиление уже эпохе Александра I в начале XIX в., который отменил крепостное право и дал вольную крестьянам. Крепостническая система тормозила развитие производительных сил и, следовательно, мешала модернизации страны. В последнее десятилетие царствования Петра I возникло более 15 промышленных компаний, обеспечивающих строительство и содержание мануфактур. Государство в данном случае выступало в качестве банкира и тем самым приобретало право следить за деятельностью компании.





Значительная поддержка русским предпринимателям была оказана принятием в 1724 г. покровительственного таможенного тарифа, в соответствии с которым размер пошлин, взимаемых с заграничных товаров, находился в прямой зависимости от способности отечественных купцов удовлетворять потребности внутреннего рынка в этих товарах и колебался от 10 до 75%. К 1808 г. в России стали активно возникать акционерные общества, началась реконструкция тяжелой промышленности с привлечением иностранного капитала. Основными предпринимательскими сословиями дореформенной России были купцы и дворяне. В целом русский предприниматель начала XIX в. не был похож не только на английского, но и на французского буржуа. Это был или крепостной, как Савва Морозов, основавший в 1797 г. свою текстильную фабрику в Орехово-Зуеве, или крепостник, как Никита Демидов – вчерашний тульский купец, выбившийся в дворянство и утративший связи со своим классом, или мелкий купчик, обслуживающий небогатый городской оборот и мечтавший «превратиться в Демидова». Постепенно складывались династии российской буржуазии – Сапожниковы, Морозовы, Прохоровы, Гучковы, Крестовниковы, Бибиковы, Кондрашовы и др. Деньги, нажитые в торговле, вкладывались в промышленность. Внутренний рынок в первой половине XIX в. претерпел существенные изменения за счет расширения торговых операций и увеличения ассортимента товаров. На ярмарках, помимо самого процесса торговли, демонстрировались технические новшества, завязывались деловые контакты, создавались товарищества и акционерные общества. В 30-40 годы XIX в., позднее, чем в Западной Европе, в России начался промышленный переворот, переход от мануфактуры к фабрике. Вторая половина XIX века – период бурного развития финансовой системы и банковского дела. Экономическую политику правительства в рассматриваемый период проводило Министерство финансов. Еще в 1859 году специальная правительственная комиссия высказалась за учреждение в России частных коммерческих банков европейского образца. 2 июля 1860 года был создан Государственный банк России с правом выдавать краткосрочные ссуды и совершать иные банковские операции. В 1863 году появилась первая банковская организация, основанная на частной инициативе – Санкт-Петербургское общество заимного краткосрочного кредита. 1 ноября 1864 года произошло событие, которое должно стать профессиональным праздником русских банкиров, – был открыт первый в истории России Акционерный Санкт-Петербургский частный коммерческий банк. Банк полноценный, профессиональный, с современным набором операций и с соответствующими подразделениями. Банковское дело становилось престижным и доходным бизнесом. В 1873





году в стране функционировало уже 39 акционерных коммерческих банков с суммарным основным капиталом в 1,06 миллиарда рублей. В 1886 г. был принят закон, регламентирующий отношения между предпринимателями и рабочими, причем он отвечал всем требованиям международного права. Ко второй половине XIX в. появилась необходимость проведения различий между предпринимателем и менеджером (управленцем). Новые методы корпоративного финансирования способствовали образованию предпринимательских союзов, складыванию торгово-промышленных династий. В 90-ые годы XIX века сложилась достаточно мощная индустриальная база предпринимательства. В результате реформы С.Ю. Витте российский рубль стал конвертируемым. Россия занимает пятое место в мире, но лидирует по темпам роста, догоняя наиболее передовые страны. За счет поздней индустриализации большинство предприятий работают по современным технологиям по сравнению с Европой, эффективность их выше, рост производства подталкивает рост потребления, а затем и стимулирует экспорт. В начале XX века в России создаются картели, синдикаты, тресты. В первом десятилетии XX века предпринимательство в России становится массовым явлением, а до 1914 г. вступает в стадию устойчивого развития. Однако это развитие было прервано сначала Первой мировой войной, затем Гражданской и «военным коммунизмом». Наиболее массовыми группами предпринимателей на рубеже XIX-XX вв. становятся богатые крестьяне, ремесленники и торговцы. В это время предпринимательством в царской России занималось более 5 миллионов человек, насчитывалось около полутора тысяч акционерных компаний. Процветал также семейный капитал, частный бизнес. Развитию торгового бизнеса способствовало биржевое дело, а финансового предпринимательства – банковское дело, которые были широко представлены в России начала XX в. Особый этап русского предпринимательства приходится на конец XIX – начало XX веков. Начало XX в. было примечательно тем, что в это время отчетливо проявляются особые черты духовного облика отечественных предпринимателей, которые, будучи с одной стороны данью прошлым традициям, с другой – приобретением новой исторической эпохи, во многом отличались от деловой этики западных бизнесменов. Позитивной традицией прошлого стала приверженность купцов и промышленников России к меценатской и филантропической деятельности. В целом для экономики России начала XX в. характерно совпадение процессов индустриализации и монополизации. Экономическая политика правительства была нацелена на ускоренное промышленное развитие и имела протекционистский характер. Во многом государство брало на себя инициативу в развитии капиталистических отношений, используя





опробованные в других странах методы подъема экономики. В начале XX в. было сокращено отставание России от ведущих капиталистических держав, обеспечена ее экономическая независимость и возможность проведения активной внешней политики. Россия превратилась в среднеразвитую капиталистическую страну. С 1917 г. свободное предпринимательство было свернуто и объявлено нелегитимным, произошло полное огосударствление экономики. Оно возродилось в Советской России в период новой экономической политики (НЭПа) с 1921 по 1926 г. НЭП включала идеи об использовании товарно-денежных отношений, всех форм собственности – государственной, кооперативной, частной, смешанной, хозрасчета. В 1922 г. была проведена денежная реформа: сократилась эмиссия бумажных денег и в оборот вводился советский червонец (10 руб.), который высоко ценился на мировом валютном рынке. Это позволило укрепить национальную валюту и покончить с инфляцией. Свидетельством стабилизации финансового положения стала замена продналога на его денежный эквивалент. Начиная с 1965 г., ознаменовавшегося первой советской экономической реформой, происходит некоторое послабление со стороны государства за предприятиями, им предоставляется возможность самостоятельно определять свое развитие, производство и сбыт продукции. С 1991 г. начинается новый этап развития малого предпринимательства в условиях формирования рыночного хозяйства. Именно в этот период малый бизнес занял определенную рыночную нишу со значительным комплексом проблем, которые требуют своего решения и сегодня. Тем самым, видим, что до 1991 г. начался процесс диверсификации производства – появление крупных предприятий, основанных на использовании наемного труда, который сосуществовал с сохранившимися мелкими промыслами и успешно функционировавшими хозяйственными организациями торговли и сферы услуг, которые способствовали зарождению предпринимательства в РФ. Это явилось отправной точкой для дальнейшего его распространения в нашей стране. В начале 90-ых годов суверенная Россия вступила в полосу рыночных реформ. Экономические реформы 1990-ых годов преследовали две цели – макроэкономическую стабилизацию и реструктуризацию экономики, объединенные одним общим названием – переходом от плановой к рыночной экономике. Развитию предпринимательства в конце 1990-х-начале 2000-х годов придавалось огромное значение, так как оно способствовало: изменению отраслевой структуры экономики; переориентации экономических отношений и формированию рынка; разгосударствлению и приватизации имущества предприятий; созданию новых мест; расширению потребительского рынка; повышению экспортного потенциала страны; лучшему использованию





местных сырьевых ресурсов; повышению культурно-технического уровня, условий активности и ответственности работников; формированию новых ценностей и идеалов; развитию благотворительной деятельности в России. С начала 2000 и по настоящее время ценность и важность предпринимательства для благополучного будущего России признается и всецело разрабатываются методы поддержки и развития данного вида деятельности.

Вероятно, предприниматели никогда не были самыми крупными владельцами капитала, который бы мог изменять политическую систему стран и преобразовывать экономику, но их деятельность всегда оставалась важной и необходимой для комфортной жизни общества. Конечно, некоторые политические лидеры могли иметь другую точку зрения и в периоды своего правления боролись с предпринимательством, но история мира доказывает обратное, что роль предпринимателей торговцев велика и необходима, а особенно, чтобы обеспечивать базовые потребности общества в товарах и услугах.

Список использованных источников:

1. <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/2000-let-mirovoi-ekonomiki-na-odnom-grafike>
2. <https://vc.ru/tech/159106-pro-4-promyshlennyh-revolyucii-proshchem-v-uchebnikah-sohranyayte-dlya-shkolnikov>
3. <https://vuzlit.com/1623024/vvedenie#773>
4. <https://www.evkoval.org/kursovye-raboty/istoriya-vozniknoveniya-i-razvitiya-kommertsii-i-predprinimatelstva-za-rubezhom-i-v-rossii-vliyanie-promyshlennyih-revolyutsij-na-razvitie-biznesa>
5. https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/BIZNES_I_PROMISHLENNOST_IH_ISTORIYA.html
6. <https://studfile.net/preview/1848099/page:10/>
7. https://studopedia.ru/14_102036_razdel-II.html
8. https://studme.org/198602/ekonomika/razvitie_mirovogo_kapitalisticheskogo_hozyaystva

© Накаряков А.А., 2023





УДК 336.741.24

ВЛИЯНИЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ НА КРИПТОВАЛЮТНЫЕ РЫНКИ

Насыпалов Н.А.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Национальный исследовательский университет ИТМО»,
Санкт-Петербург*

В настоящее время термин «криптовалюта» широко используется для описания совокупности механизмов, включающих в себя учет, эмиссию и обмен. Данные системы децентрализованы, что гарантирует их безопасную работу с помощью технологии блокчейн. Блокчейн – это распределенная база данных, состоящая из цепочки блоков, каждый из которых содержит информацию о совершенной транзакции. Эти блоки связаны между собой криптографическими алгоритмами, что позволяет обеспечить надежность и безопасность системы, и предотвращает возможность манипуляций с данными.

Криптовалюты не только предоставляют новые возможности для совершения безопасных и анонимных транзакций, но и открывают новые перспективы для финансовых инноваций и инвестиций. Сегодня на рынке существует множество различных криптовалют, каждая из которых имеет свои уникальные особенности и преимущества. Электронные биржи и онлайн-кошельки, позволяющие проводить операции с криптовалютой, также являются важными инструментами для работы с этой новой формой децентрализованных цифровых активов [1].

Криптовалютный рынок представляет собой децентрализованную платежную систему, основанную на использовании криптографических принципов для обеспечения безопасности и анонимности транзакций. В отличие от традиционных финансовых рынков, на криптовалютном рынке не существует централизованной биржи, что позволяет пользователям торговать напрямую друг с другом. Рынок криптовалют открыт для всех, и каждый желающий может стать участником этой экосистемы, приобретая и продавая криптовалюты на основе текущего спроса и предложения. Также важно отметить, что криптовалютный рынок позволяет проводить операции круглосуточно, без ограничений по времени и географии.

Влияние регулирования на криптовалютные рынки может быть как положительным, так и отрицательным. С одной стороны, регулирование может повысить уровень доверия криптовалютных рынков и защитить инвесторов от мошенничества и других преступлений, способствовать росту легального использования криптовалют в экономике и обеспечить защиту прав потребителей [2]. С другой стороны, чрезмерное регулирование может привести к ограничению развития криптовалютных





рынков и их инновационных технологий, к оттоку капитала из криптовалютных рынков в другие, менее регулируемые области, что может увеличить риски для инвесторов и создать неопределенность в отношении будущего криптовалюты.

Один из наиболее ярких примеров законодательного регулирования криптовалютных рынков – Китайский закон о криптовалютах, который был принят в 2017 году. Этот закон включает в себя запрет на проведение ICO (Initial Coin Offering) и устанавливает определенные правила и нормативы для криптовалютных бирж, в том числе проверку личности клиентов и противодействие манипуляциям на рынке. В результате введения данного закона, криптовалютные биржи были вынуждены переехать за границу, что существенно снизило объемы торгов на криптовалютных рынках. Стоит упомянуть о том, что закон имел серьезный негативный эффект на стоимость криптовалют, в особенности на Bitcoin, в связи с тем, что Китай являлся одним из крупнейших держателей криптовалют [3].

Рассмотрим закон от 2021 года в Сальвадоре, где криптовалюта была признана официальным платежным средством. В 2021 году Сальвадор стал первой страной в мире, которая приняла биткоин в качестве официального средства платежа. Этот шаг был принят с целью повышения доступности финансовых услуг для населения и сокращения затрат на международные переводы. Новость о легализации биткоина в Сальвадоре была одним из главных событий в мире криптовалют в 2021 году. Это произвело впечатление на криптоинвесторов и повлияло на цену биткоина. В течение нескольких дней после этого заявления цена биткоина выросла на 20%, достигнув отметки в 52000 долларов США.

Однако стоит учесть тот факт, что в случаях выхода законов регулирования как в Китае, так и в Сальвадоре, рынок криптовалют в дальнейшем стабилизировался и колебался, в зависимости от различных новостей, событий, мнений экспертов и инвесторов. Обе новости спровоцировали только кратковременные изменения.

Швейцария известна своими инновационными технологиями и открытым отношением к финансовым инновациям. Криптовалюты не стали исключением, и Швейцария была одной из первых стран, которая приняла законодательство, направленное на регулирование криптовалют. Первый закон, принятый в 2018 году, – это «Федеральный закон о финансовых услугах», который включает в себя регулирование деятельности криптовалютных бирж, биткоин-банков и токенов безопасности. Согласно этому закону, криптовалютные биржи и крипто-компании должны получать лицензию от швейцарского регулятора, Financial Market Supervisory Authority (FINMA), чтобы иметь право





работать в стране. Второй закон, принятый в 2020 году, – это «Федеральный закон об адаптации федерального законодательства к развитию технологии распределенных реестров», который упрощает процедуру выдачи лицензий на блокчейн-компании и предоставляет им дополнительные права. Также стоит отметить, что Швейцария сотрудничает с другими странами в рамках регулирования криптовалют, такими как Германия, Франция и Япония. Они работают над разработкой общих правил и стандартов, чтобы облегчить международную торговлю криптовалютами. Швейцарские законы о криптовалютах, принятые в 2018 и 2020 годах, являются важным шагом в развитии криптовалютного рынка, они повышают доверие к криптовалютным компаниям и делают их более привлекательными для инвесторов. Это позволяет банкам и другим финансовым институтам работать с криптовалютами, что увеличивает доступность для инвесторов и способствует росту этого рынка.

Однако, регулирование также может привести к увеличению издержек для криптовалютных компаний и создать некоторые препятствия для их работы. Некоторые криптовалютные проекты могут не соответствовать требованиям регулирующих органов и не смогут получить лицензию, что может ограничить инвестиции в эти проекты.

В целом, законы о криптовалютах в Швейцарии отражают стремление страны к инновациям и развитию новых технологий. Швейцария также продвигает сотрудничество с другими странами в разработке общих правил и стандартов, чтобы облегчить международную торговлю криптовалютами. Это поможет установить стабильность и уверенность в этом быстро развивающемся рынке и поддержит дальнейший рост инвестиций и инноваций в этой области.

ОАЭ ввели законодательство, которое регулирует деятельность криптовалют и ICO в стране. Это законодательство называется «Закон об регулировании деятельности криптовалют и ICO». В соответствии с этим законом, все криптовалюты, которые могут быть использованы в ОАЭ, должны быть зарегистрированы в Центральном банке ОАЭ. Криптовалютные биржи и другие субъекты рынка должны получить соответствующую лицензию от регулирующего органа – Финансовой службы ОАЭ. Закон также устанавливает правила для ICO, требующие от организаторов ICO регистрации и соответствия определенным требованиям, а также обязательство предоставлять инвесторам полную и точную информацию о проекте. Кроме того, законодательство запрещает использование криптовалют для незаконных целей, таких как финансирование терроризма и отмывание денег.

В целом, ОАЭ принимают благоприятное отношение к криптовалютам, но строго регулирует их деятельность в стране, чтобы





обеспечить безопасность инвесторов и предотвратить незаконную деятельность.

Согласно отчету Dubai Financial Services Authority (DFSA), который регулирует финансовые услуги в финансовом центре Дубая, количество компаний, связанных с криптовалютами и блокчейном, значительно увеличилось в последние годы. К примеру, по состоянию на конец 2020 года, в финансовом центре Дубая было зарегистрировано более 120 компаний, занимающихся криптовалютами и блокчейном. Кроме того, на конец 2020 года в ОАЭ действовало более 20 криптовалютных бирж и платежных систем. Эти данные показывают, что ОАЭ имеют развивающийся рынок криптовалют и блокчейна, и привлекает крупные игроки в индустрии. Однако, так как использование криптовалют в ОАЭ регулируется, некоторые компании могут предпочитать не раскрывать информацию о своей деятельности.

Одним из главных факторов, способствующих привлечению криптовалютных бизнес-проектов в ОАЭ, является благоприятный налоговый режим. Страна имеет низкие налоговые ставки и отсутствие налога на прибыль для большинства компаний, что делает ее привлекательной для инвесторов и предпринимателей.

ОАЭ являются крупным финансовым центром с развитой инфраструктурой. Финансовые услуги в стране предоставляются на высоком уровне, что привлекает криптовалютные компании и предпринимателей. В ОАЭ существуют инкубаторы и акселераторы, которые специализируются на финансовых технологиях, включая криптовалюты и блокчейн. Это обеспечивает криптовалютным стартапам доступ к необходимым ресурсам и экспертизе. Помимо этого, ОАЭ имеют высокий уровень дохода населения и разнообразную экономику, что создает благоприятную среду для использования криптовалют и развития криптовалютных бизнес-проектов. Большое количество туристов и иностранных инвесторов также создает потенциал для расширения рынка криптовалют.

Резюмируя, ОАЭ представляют собой привлекательное место для развития криптовалютных бизнес-проектов благодаря благоприятному налоговому режиму, благоприятному регулированию, развитой финансовой инфраструктуре, высокому уровню доходов населения и геополитическому положению на пересечении международных торговых путей.

Согласно отчету компании Chainalysis за сентябрь 2020 года, Россия заняла 2 место в рейтинге глобального принятия криптовалют, состоящем из 154 стран. Исходя из методологии, использованной Chainalysis, это





означает, что в России наблюдается высокий уровень использования криптовалюты во всех компонентах индекса.

В 2020 году в Российской Федерации был принят закон «О цифровых финансовых активах», который установил ряд правил и ограничений для деятельности криптовалютных бирж на территории страны. В соответствии с этим законодательством, криптовалютные биржи обязаны регистрироваться в Центральном банке России и соответствовать определенным требованиям. Кроме того, закон предписывает криптовалютным биржам проводить идентификацию клиентов, хранить данные о сделках в течение пяти лет и принимать меры по борьбе с отмыванием денежных средств.

Важно отметить, что закон также запрещает использование криптовалюты в качестве платежного средства на территории России, это означает, что криптовалюты не могут использоваться для оплаты товаров и услуг.

Несмотря на то, что закон «О цифровых финансовых активах» не запрещает работу криптовалютных бирж в Российской Федерации, наличие ряда ограничений и требований может затруднить их работу и привести к сокращению количества участников на рынке. Однако, закон не говорит о полном запрете на использование криптовалют, а лишь вводит дополнительные меры контроля, для обеспечения безопасности и затруднения возможного отмывания денежных средств.

В России активно используются новые технологии, такие как искусственный интеллект и блокчейн, в виду того, что сектор развития IT-технологий показывает высокий рост и заинтересованность со стороны государства. Это может сподвигнуть отрасль к созданию новых видов услуг и продуктов, связанный с криптовалютной отраслью, что в последствие может привести к изменения в вопросах регулирования.

Изучая тенденции развития криптовалютного рынка, можно сделать вывод: большинство стран стремится к созданию законодательной базы, которая бы обеспечивала все преимущества криптовалют при законных операциях, одновременно рассматривая вопрос о приравнивание криптовалют к официальному платежному средству. Страны вводят регулирование для обеспечения безопасности, защиты прав пользователей, противодействию финансовых преступлений, защите инвесторов и контролю возможных спекуляций и манипуляций на рынке. Разные законы в той или иной мере должны решать данные вопросы. Будущее развитие криптовалютного рынка покажет, какое регулирование является наиболее благоприятным как для инвесторов, так и для экономики страны. Однако уже сейчас мы можем наблюдать колоссальное различие в рамках регулирования криптовалютного рынка в разных странах.





Следует также обратить внимание на возможность законов регулирования оказывать влияние на стоимость криптовалютных активов. Позитивные изменения законодательства, такие как «Признание криптовалюты в качестве законного платежного средства», могут повысить стоимость конкретного актива (Bitcoin и Сальвадор). Негативные законодательные акты могут привести к нисходящему движению рынка (Китай и криптовалютные биржи). Однако не следует ожидать существенного роста доли криптовалют в платежном обороте в долгосрочной перспективе, так как периметр применения криптовалют может сужаться в связи с ограничениями на нелегальные операции.

Список использованных источников:

1. Баева А.С., Рак А.В. Изменчивость курса биткоина // Индустрия современного банковского обслуживания: настоящее и будущее: сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции. Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента, 2018. С. 107–110.

2. Nikolaos Kyriazis, Stephanos Papadamou, Shaen Corbet. A systematic review of the bubble dynamics of cryptocurrency prices. Research in International Business and Finance, 2020.

3. Geuder Julian, Kinateder Harald, Wagner Niklas F. Cryptocurrencies as financial bubbles: The case of Bitcoin. Finance Research Letters, 2019, Vol. 31.

© Насыпалов Н.А., 2023

УДК 330.3

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛЁНОЙ» ЭКОНОМИКИ
В РОССИИ**

Наумова О.Н., Зазвонова Р.И.

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

Нестабильная экономическая ситуация в России после пандемии и непредвиденных обстоятельств привела к последствиям, отрицательно сказывающихся на национальной экономике. Проблема, которая возникла достаточно давно, а сейчас усугубилась, заключается в том, что вместе с этим снизился уровень переработки вторичного сырья и утилизации отходов ввиду введенных санкций в отношении России [1]. Актуальность данной проблемы заключается в том, что уже сегодня важно задуматься о минимизации нагрузок на окружающую среду, чтобы сделать вклад в сохранение окружающей среды и общественного здоровья населения, а также способствовать экономическому развитию страны в долгосрочной





перспективе. Возможными путями решения признается переход России к «зеленой» экономике, поддержка «зеленых» технологий производства и уменьшение выбросов в атмосферу.

Целью работы является анализ перспективы развития «зелёной» экономики в России и разработка системы показателей для ее оценки. Задачами признаются: характеристика принципов «зеленой» экономики; анализ текущей ситуации в России на предмет использования принципов «зелёной» экономики; проведение SWOT и PEST анализов с учетом особенностей климатических и ресурсных условий страны. Методами исследования являются анализ, описание, систематизация.

«Зелёная» экономика определяется как система экономических отношений, в которой приоритетами является не только социальное благополучие граждан в пределах экологических условий нашей планеты, но и решение проблемы ограниченности ресурсов и возможность гарантировать будущим поколениям отсутствие экологических рисков. «Зелёная» экономика, как и любое другое экономическое течение, базируется на аксиомах, которые дают основу ее существования и представляют собой следующие утверждения:

1. «В условиях ограниченного пространства невозможно бесконечно расширять сферу влияния.
2. Ресурсы Земли ограничены, значит, рост потребления рано или поздно исчерпает их.
3. Все процессы на Земле тесно взаимосвязаны между собой» [2].

Поскольку вопрос об экологичности использования природных ресурсов поставлен уже достаточно давно, в 2012 году были сформулированы основные принципы в рамках экологической программы ООН, приведенные в табл. 1.

Таблица 1 – Таблица с пояснениями принципов «зелёной» экономики

Принцип «зелёной» экономики	Пояснения
Принцип эффективности и достаточности	Экономическая система должна планировать использование природных ресурсов так, чтобы их восстановление оказалось безубыточным. Для этого государство внедряет ресурсосберегающие технологии.
Принцип благополучия	Одним из приоритетов является социальное и экономическое благополучие граждан, которые являются основными «двигателями» усовершенствования данного экономического течения. Однако при таком принципе ВВП не является точным показателем, поскольку при его подсчете не учитывается экологический фактор.
Принцип правильного управления	При таком утверждении экономика должна стать полностью подотчетной и исключить возможность развития ее «теневой» отрасли. Ущерб, нанесенный окружающей среде, должен быть полностью компенсирован либо страной-вредителем, либо содружеством стран, которые придерживаются общих природоохранных стандартов.
Принцип здоровой планеты	Любое решение должно рассматриваться со стороны возможных рисков для окружающей среды, а государства должны инвестировать средства на восстановление экологии и природного разнообразия, поддерживать развитие науки в данном направлении и стимулировать рост интереса граждан в сохранении благоприятной среды.

Принимая во внимание тот факт, что Россия – это страна, которая испытывает трудности в реализации не только экологической политики, но и в обеспечении экологической безопасности в целом из-за переменчивого





климата и огромных территорий, на которых расположилось современное государство, нужно учитывать, что принципы «зелёной» экономики будут выполняться иначе и с существенными изменениями, чем в странах, где подобная экономическая политика реализуется не первый год.

На экологическую ситуацию в стране влияют следующие факторы [4]:

1. Большое количество населения живет в неблагоприятных экологических условиях, обуславливающиеся выхлопными газами от использования наземного транспорта, выбросами с местных заводов, свалок на окраинах и сливания отходов в реки и водохранилища.

2. Моногорода и поселки бывают отрезаны от внешнего мира из-за отсутствия связи, чаще всего не имеют доступа к чистой питьевой воде.

3. Суровые климатические условия могут быть причиной малого плодородия почвы и отсутствия возможности ведения сельского хозяйства.

Учитывая данные факторы, для понимания полной ситуации был проведен SWOT-анализ с возможными исходами для России после введения «зелёной» экономики в стране для устойчивого развития национальной экономики, представленный в таблице 2.

Таблица 2 – SWOT-анализ «Внедрение «зелёной» экономики в России»

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Большие запасы ископаемых материалов; Высокие темпы экономического роста; Улучшение экологической ситуации в стране; Развитые «зелёные» технологии.</p>	<p>Дорогостоящая альтернатива природным ресурсам; Повышение уровня ценообразования; Потеря ведущего сектора экономики – энергетики; Долгий период изменения мышления граждан.</p>
Возможности	Угрозы
<p>Повышение уровня жизни в стране; Увеличение доходной части бюджета страны; Повышение экспортного потенциала страны; Объединение мощностей стран для решения глобальных проблем.</p>	<p>Замедление темпов роста предпринимательской деятельности; Нарушение природной экосистемы; Рост инфляции в стране; Сокращение рабочих мест.</p>

Анализ показывает перспективы развития, и как можно заметить, сильные и слабые стороны приходят к равенству между собой, что говорит о слабом эффекте от введения «зеленой» экономики – России еще очень долго нужно изменять внутреннюю политику, чтобы «зелёная» экономика производила должный эффект.

Таким образом, из результатов SWOT-анализа следует вывод, что существует необходимость для более детального изучения такой экономической сферы. Для этого необходимо провести PEST-анализ, который поможет подробно понять, на что следует ориентироваться в случае внедрения «зелёной» экономики в РФ повсеместно. С результатами проведенного PEST-анализа можно ознакомиться на рис. 1.

Как можно заметить, аргументы, приведенные в PEST-анализе, могут трактоваться в зависимости от фактора влияния. Так, например, рост конкурентноспособных экологических предприятий приведет к подъему производства в стране, однако будет наблюдаться рост безработицы, поскольку при переходе к «зелёной» экономике многие заводы и фабрики





окажутся неэкологичными, и государство откажется от их финансовой поддержки.

P Political	E Economic	S Social	T Technological
<ul style="list-style-type: none"> • Забота о природе может стать стимулирующим фактором к росту доверия к публично-правовым институтам • Увеличение правовой ответственности домохозяйств за ведение быта: сортировка мусора, правильная его утилизация и др. • Понадобятся огромные усилия для «перестройки» как нормативно-правовой базы государства, так и оснований для юридической ответственности граждан 	<ul style="list-style-type: none"> • Рост конкурентоспособных аналоговых предприятий • Рост затрат домохозяйств на удовлетворение потребностей • Отсутствие роста внутреннего бюджета из-за перераспределения ресурсов и увеличение затрат на поддержку научных разработок в области экологии 	<ul style="list-style-type: none"> • Позитивно отражается на здоровье граждан и их социальном благополучии • Побуждение к ремедиации граждан, приток человеческих ресурсов • Снижение доходов населения из-за увеличения расходов 	<ul style="list-style-type: none"> • Появляются ресурсосберегающие технологии, но они провоцируют рост расходов • Активизация инвестиций в «зеленые» технологии, рост привлекательности национальных бирж для иностранных инвесторов • Поиск аналогов производства, которые будут отвечать условиям экологичности, но произойдет потеря ведущих, но «грязных» секторов экономики

Рисунок 1 – Внедрение «зелёной» экономики в России, PEST-анализ

Исходя из концепции устойчивого развития, которое подразумевает поэтапное улучшение условий экономики, удовлетворяющих нынешние потребности без угрозы для будущих поколений, «зелёная» экономика станет отличной альтернативой экономического роста, который нацелен исключительно на максимизацию всех процессов. Несмотря на технологические успехи, сделанные за последние 30 лет, экономический рост в России относится к экстенсивному типу, что трактуется как увеличение как производства, так и потребления. Рост оборачиваемости добычи ресурсов, их переработки и выпуска негативно сказывается не только на экологической ситуации в стране, но и на самом рынке: в результате погони за уменьшением издержек производства полки магазинов наполняются дешевыми некачественными продуктами, которые быстро становились отходами и увеличивали совокупный спрос потребления.

Переход к интенсивному типу необходим не только для перераспределения ресурсов, но и для бережного использования производственного фонда: «По данным Высшей школы экономики за 2020 год, средний возраст оборудования, используемого российской промышленностью, – более 10 лет, транспортных средств – от 8 до 9 лет. Но первые шаги к интенсивному развитию экономики уже сделаны. Например, фонд оборудования постепенно обновляется: в 2008 средний возраст техники превышал 13 лет» [5].

ВВП, который является показателем экономического роста, на сегодняшний день не отражает реальной ситуации и требует корректировки со стороны экологического фактора. «Как отметил директор Центра зеленой экономики и климата при ВЭБ.РФ Олег Плужников, в новой реальности для российской экономики есть три точки роста: развитие водородной энергетики и транспорта, работающего на водородном топливе; повышение энергоэффективности – это касается всех сфер – от энергетики до промышленности; развитие солнечной и ветряной энергетики, в первую очередь в прибрежных и горных районах, на Дальнем Востоке и на Юге России» [6].





Переход к экологически скорректированному показателю позволит иметь достоверную информацию по таким статьям, как: движение валового продукта с экологической точки зрения и его эффективность в реальной жизни; влияние введенных экологических мер на ВВП и вероятные исходы от них; движение капитала с принятыми экологическими мерами и оценка их качества работы после перехода на экологичные или возобновляемые ресурсы.

Таким образом, можно сделать вывод, что «зеленый» ВВП, необходимый для существования «зелёной» экономики в России, можно рассчитать с помощью вычитания из традиционного показателя ВВП экологических затрат, которые покажут реальное состояние национальной экономики. Прогнозируя вероятные статьи, которые войдут в «экологические издержки», можно назвать затраты на природоохранные мероприятия, оценка ущерба от техносферных и атмосферных загрязнений, оценка сокращений природных ресурсов, использованных на производстве, социальная поддержка предприятий, перешедших на возобновляемые ресурсы и расходы на поддержание научных разработок для перехода на экологическое производство.

Для проведения анализа развития экономики на основе принципов «зеленой» экономики, необходимо разработать систему показателей, которые будут отражать результаты «зеленой» экономики на макроэкономическом уровне. «Зеленый ВВП» станет одним из главных показателей, наиболее ярко отражающих реальную ситуацию в стране. Также стоит учитывать уровень вовлеченности граждан в реализацию «зеленой» экономики путем ведения статистических данных о соблюдении всех норм и желании людей участвовать в этом, или индекс человеческого развития. Третьим показателем станет «зеленый» ВВП – показатель, который помог бы достичь устойчивого использования природной среды и справедливого распределения национального дохода. Такая система показателей в сравнении с обычной экономикой даст понимание о положительном или отрицательном эффектах использования «зеленой» экономики.

Говоря о дальнейшем развитии «зелёной» экономики в России, можно предположить, что в первое десятилетие после полного перехода страна будет испытывать финансовые трудности, поскольку дорогостоящие разработки и реорганизация государственных предприятий необходимо покрывать из бюджета. «Зеленая» экономика даст возможность без ущерба для будущих поколений наращивать темпы производства и удовлетворять новые потребности общества, однако до конца не изучено, возможен ли выход из кризиса, который нанесет это





экономическое течение из-за своей дороговизны и противоречивости, что было указано в проведенных анализах.

Таким образом, можно предположить, что для перехода на экологичное производство необходимо потратить достаточно финансовых средств, чтобы соответствовать условиям устойчивого развития национальной экономики. Помимо этого, постулаты требуют тщательного пересмотра под климатическую и ресурсную структуру Российской экономики, а расчет экологически скорректированного ВВП дает полное представление о деградации природы из-за загрязнений окружающей среды.

Результаты данного исследования будут использованы для дальнейшего анализа эффективности «зеленой» экономики по разработанным показателям и сравнения с показателями действующей экономической системой России.

Список использованных источников:

1. О производстве и использовании валового внутреннего продукта (ВВП) в 2022 году // [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/22_20-02-2023.html (дата обращения: 17.03.2023)

2. Что такое зеленая экономика – развитие зеленой экономики в России // [Электронный ресурс]. URL: https://sovcombank.ru/blog/esg/chto-takoe-zelenaya-ekonomika?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F (дата обращения: 17.03.2023)

3. Росстат – Официальная статистика // [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/10705> (дата обращения: 18.03.2023)

4. Канунникова К. И. Формирование «зеленой» экономики в России // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2021. – №. 5 (57). – С. 485-488.

5. «Зеленый» ВВП: новые точки экономического роста // [Электронный ресурс]. URL: https://plus-one.ru/manual/2022/08/03/zelenyy-vvp?utm_source=web&utm_medium=manual&utm_content=link&utm_term=scroll (дата обращения: 04.05.2023)

© Наумова О.Н., Зазвонова Р.И., 2023





УДК 330.322; 7.075

НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА АУКЦИОНОВ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИСКУССТВА В ПОРТУГАЛИИ

Наумова Е.Г., Ветрова Е.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Арт-аукционы в Португалии начали обретать заметную популярность с середины 1980-ых годов, что было связано со вступлением страны в Евросоюз в 1986 г., победой социал-демократов на парламентских выборах в 1987 г., а также произошедшее вследствие этого увеличение объёма иностранных инвестиций.

Среди запросов покупателей на национальных аукционах произведений искусства в период с 1980-ых по 2000-ые годы можно условно выделить три наиболее популярных сегмента:

1. Произведения, относящиеся к фигуративной живописи, пейзажному и портретному жанрам, выполненные в период с середины XIX века по первую треть XX века.

2. Ювелирные украшения, выполненные с 1750-ых по 1910-ые годы, что соотносится со временем правления Жозе Первого (1714-1777 гг.) и падением монархии в Португалии.

3. Антикварная мебель, в особенности та, что была создана между серединой XVIII и началом XIX вв.

В массе зарубежных произведений искусства, представленных на аукционах в Португалии, особым спросом пользовался китайский фарфор Цинской империи, в целом совпадающий по времени создания с правлением четвертой португальской династии (династии Браганса). Также внимание уделялось предметам лузо-азиатского декоративного искусства, созданным с конца XVI по начало XIX вв., а точнее изделиям из слоновой кости, перламутра, черепахового панциря и других редких материалов, что позволяет судить о том, что в общественных вкусах ярко проявлялась мода на экзотику.

Подобные тенденции, характерные для португальских аукционов произведений искусства, обуславливались феноменом потребительского «подражательного» поведения, а именно ориентацией частных коллекционеров на имитацию типологии лучших собраний, сформированных в Португалии во времена осмысления режима «Нового государства» (1933-1974 гг.) [1]. К таким коллекциям-ориентирам для





частных покупателей произведений искусства относились следующие собрания:

1. Коллекция банкира и мецената Рикардо ду Эспириту Санту Силва (Ricardo Ribeiro do Espírito Santo Silva), человека, посвятившего себя приобретению на аукционах и у частных коллекционеров уникального художественного наследия Португалии, которое в силу исторических перипетий оказалось рассредоточено по всему миру, с последующим возвращением произведений национального искусства на родную почву. В настоящий момент эта коллекция представлена в музее фонда имени его основателя «A Fundação Ricardo Do Espírito Santo Silva» [2]. Представленная в музее коллекция, состоящая в основном из покупок на национальных и международных аукционах, отличается художественной цельностью и дает широкое представление о португальском искусстве XV-XIX веков.

2. Коллекция Анастасио Гонсалвеша (Anastácio Gonçalves), находящаяся в доме-музее имени этого мецената и насчитывающая более трех тысяч произведений искусства, а именно португальской живописи XIX и XX веков, китайского фарфора, португальской и иностранной мебели [3].

3. Коллекция Абеля де Ласерда (Abel de Lacerda), ценителя искусства, сумевшего объединить вокруг себя группу единомышленников для поиска и приобретения португальских произведений, разбросанных по миру. Венцом этого собрания считаются гобелены стиля «мануэлино» мануфактуры Турне [4].

4. Коллекция бизнесмена Антониу де Медейроса и Алмейда (António de Medeiros e Almeida), открывшего для себя сферу международного арт-рынка в период после Второй мировой войны, совпавший с укреплением его профессиональной карьеры, и ставшего постоянным гостем самых известных аукционных домов Европы. В 1974 г. коллекционер на личные средства основал дом-музей, в котором выставил более двух тысяч национальных и зарубежных произведений искусства. Данная коллекция отличается особой историко-художественной ценностью, потому что в ней представлены такие предметы, как чайно-кофейный сервиз из португальского серебра, принадлежавший Наполеону Бонапарту в период между 1815 и 1821 годами, карманные часы дома Breguet, заказанные французским генералом Жюно и, по иронии судьбы, оказавшиеся в руках его соперника, английского генерала герцога Веллингтона. В собрании представлены также французский веер с гербом императрицы Евгении ду Монтижу, китайский фарфоровый умывальник, выполненный по заказу французской королевской семьи, редкие и любопытные ночные часы XVII века [5].





На рубеже веков национальный арт-рынок претерпел несколько существенных изменений, связанных с созданием частных коллекций произведений искусства, возросшей изысканностью художественных вкусов публики, а также новым подходом представителей элиты к вопросу выбора активов, определяющих и демонстрирующих социальный статус.

Прежде всего важно отметить то, что произошел бурный рост интереса общества к национальному искусству модерна и современным произведениям, что повлекло за собой появление не только частных, но и корпоративных коллекций, а также стремительный рост количества и качества выставочных пространств, внедрение португальских коллекций в международное арт-сообщество. Соразмерно этому возрос и процент реализации произведений португальского модерна и современного искусства в обороте аукционных домов, что привело к созданию площадок, посвященных оценке и сбыту исключительно произведений данных периодов.

Также необходимо подчеркнуть, что с 2000-ых годов в Португалии стало модным «осовременивать» жилые и рабочие пространства в соответствии с принципами минимализма в дизайне интерьеров. Это привело к тому, что перечисленные выше предметы роскоши (портреты и пейзажи XIX-XX веков, мебель, фарфор и прочее) стали постепенно терять свою популярность, уступая место современным произведениям искусства, в особенности картинам.

Если до 2018 года португальский, как и общемировой, аукционный рынок предметов искусства демонстрировал достаточно высокий уровень развития, соизмеримый с другими классами альтернативных инвестиционных активов [6], то настоящее время аукционные дома в Португалии переживают кризисный период, связанный с общеэкономическими трудностями после пандемии COVID-19. При этом в ближайшие годы можно ожидать стабилизации в области португальского арт-рынка, а также роста интереса к чисто национальным, самобытным произведениям искусства, связанного с общемировой тенденцией к осмыслению своего исторического прошлого.

Список использованных источников:

1. Fernandes, A., Afonso L. U. Os Leilões e o Mercado da Arte em Portugal. Estrutura, história, tendências. – Lisboa: Scribe, 2013. – 220 p.
2. A Fundação Ricardo Do Espírito Santo Silva // [Электронный источник]. – URL: <https://www.fress.pt/>
3. A Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves // [Электронный источник]. – URL: <https://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/m/casa-museu-dr-anastacio-goncalves/>





4. Museu do Caramulo // [Электронный источник]. – URL: <https://museudocaramulo.pt>

5. Museu Medeiros e Almeida // [Электронный источник]. – URL: <https://www.museumedeirosealmeida.pt/museu/>

6. Е.В. Барбашина Миротворческая торговля предметами искусства // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. №4-2.

© Наумова Е.Г., Ветрова Е.А., 2023

УДК 338.2

МЕТОДЫ РАЗРАБОТКИ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Нетребко М.Д., Ветрова Е.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Прежде чем что-либо создавать, нужно сначала определить то, что имеется в данный момент. Это относится ко многим аспектам производства и бизнеса, в том числе и для финансовых стратегий. Но чтобы адекватно определить текущую, а позже и будущую финансовую стратегию, нужно иметь в виду, какими методами для этого можно воспользоваться. Этому вопросу и посвящена данная статья.

В литературе и статьях часто упоминаются следующие методы: матрица финансовых стратегий фирмы Ж. Франсона и И. Романа; матрица И. Ансоффа; матрица Д. Абеля; стратегическая модель Портера; подход Гениберга Т.В., Ивановой Н.А., Поляковой О.В.; матрица направленной стратегии Шелл.

Матрица Ж. Франсона и И. Романа – это финансовая модель в виде матрицы, состоящее из трех основных параметров [1, с. 23-37]:

1. Результат хозяйственной деятельности (РХД), который вычисляется по следующей формуле: $РХД = \text{Прибыль до уплаты процентов и налогов} - \text{изменение финансово-эксплуатационных потребностей} - \text{производственные инвестиции} + \text{обычные продажи имущества}$.

2. Результат финансовой деятельности (РФД), который вычисляется формулой: $РФД = \text{Изменение заемных средств} - \text{финансовые издержки по заемным средствам} - \text{налог на прибыль} - \text{дивиденды} + \text{другие доходы финансовой деятельности}$.





3. Результат финансово-хозяйственной деятельности (РФХД), который показывает общий результат по двум предыдущим пунктам и вычисляется их сложением.

После вычисления этих параметров, полученные результаты относят к матрице, состоящей из девяти квадратов. В зависимости от того, на какой квадрат попала организация, что зависит от значения показателей – положительный, отрицательный или нулевой. На основе этого вычисляется её текущая стадия финансового развития, что поможет при принятии решения о том, как использовать активы и пассивы организации. Всего квадратов девять и распределяются они следующим образом [1, с. 23-37]:

Квадраты 1, 2, 3 – увеличение количества привлекаемых средств (РФХД=0).

Квадраты 4, 5, 6 – положительный результат ранее вычисленного финансово-хозяйственного результата (РФХД>0).

Квадраты 7, 8, 9 – отрицательный результат ранее вычисленного финансово-хозяйственного результата (РФХД<0).

Матрица И. Ансоффа – инструмент, описывающий возможные стратегии фирмы и помогающие определить направление, в которые стоит вкладывать ресурсы и деньги. Она представляет собой матрицу, разделенная на 4 квадрата, где главными параметрами являются новизна товара и рынка сбыта, и часто используется вместе с другими популярными аналитическими инструментами – SWOT-анализом и PEST-анализом. В зависимости от результатов, рекомендуется придерживаться следующих стратегий [2, с. 114-116]:

1. Проникновение на рынок (существующий продукт и существующий рынок) – наименее рискованная. Представляет собой идею того, чтобы продавать больше своих товаров на уже освоенном рынке, что требует больших маркетинговых вложений и удешевления производства.

2. Развитие рынка (существующий продукт и новый рынок) – более рискованная стратегия. Применяется, если нужно привлечь новых покупателей к существующим товарам фирмы т.е. выйти на новые рынки сбыта. Это могут быть новые регионы или сегмент покупателей.

3. Развитие продукта (новый продукт и существующий рынок) – обратная сторона монеты предыдущей стратегии. Здесь акцент делается не на новую аудиторию, а на новый товар, который будет продвигаться за счет уже сформированной лояльной аудитории прошлых продуктов компании.

4. Диверсификация (новый продукт и новый рынок) – самая рискованная из всех стратегий. Это соединение вместе предыдущих стратегий, которая ориентируется на создание нового продукта для нового рынка сбыта, например эксклюзивный товар для определенного региона и





тому подобное. Она является самой сложной за счет того, что требует больших вложений без опоры на уже отработанный материал, но в итоге может принести наибольшую прибыль.

Также существует Матрица Д. Абеля, которая во многом является дополненной версией матрицы Ансоффа. К двум предыдущим параметрам добавляется «Технология», что делает матрицу трехмерной, а значит более точной при определении стратегии за счет синергия всех этих факторов между собой [2, с. 116-118].

Стратегическая модель Портера предполагает наличие трёх возможных стратегий, которые основываются на рынке сбыта и цене или уникальности производимого товара, что также важно при составлении финансовой стратегии. Сами стратегии представлены в табл. 1 [3].

Таблица 1 – Стратегии по модели Портера

Название стратегии	Идея	Описание
Преимущество по издержкам	Больше товара по низким ценам на большом рынке.	Это стратегия основывается на том, чтобы представить товар по низкой цене за счет большого объема производства, что привлечет большую аудиторию, для которых вопрос цены стоит одним из первых при выборе товара.
Дифференциации	Уникальный товар на большом рынке.	Это стратегия предполагает создание уже известного товара, но имеющие частичные или полностью уникальные идеи в своей основе, что привлечет аудиторию. И в этом случае вопрос цены уже не так важен.
Концентрации	Уникальный товар или низкие цены на определенном сегменте рынка.	Это стратегия предполагает создание товара по низкой цене или уникального, но для специфического рынка, а не массового. Этим создается более личная связь клиента и фирмы, так как самих клиентов ограниченное количество и можно проводить особое обслуживание каждому.

Подход Гениберга Т.В., Ивановой Н.А., Поляковой О.В. к разработке финансовой стратегии основан на разделении финансовой политики организации и политики финансирования ее деятельности, на основе чего была составлена матрица, состоящая из четырех квадратов [4]. Само построение матрицы состоит из 4 этапов [4]:

1. Оценки темпов роста, то есть расчет показателей рентабельности и оборачиваемости производства и откладывание их на вертикале матрицы.

2. Оценка темпов роста финансирования организации. Это же происходит за счет выяснения показателя финансового рычага, отражающий способ привлечения капитала и связанный с этим риск, и нормы накоплений, которая зависит от внутренних источников финансирования. Результат откладывается на горизонтали матрицы.

3. Выясняются средние значения ранее полученных результатов, которые определяются федеральной службой государственной статистики по соответствующей отрасли.

4. Определяется квадрат, в котором фирме необходимо работать с соответствующей финансовой стратегией.

Согласно данному подходу, выделяют четыре типа финансовой стратегии организации [4]:

Во-первых, рост, ведущий к росту стоимости бизнеса (высокий темп роста выручки и финансирования). У организации наблюдается избыток капитала, что подразумевает возможность финансирования деятельности





своей фирмы из внутренних источников. Во-вторых, стратегия простого роста (высокий темп роста выручки и низкий темп роста финансирования). Характеризуется следующими параметрами: ориентация на активную политику продаж, возможность финансирования инвестиционных проектов при необходимости и за счет всей имеющейся прибыли выплачивать дивиденды. В-третьих, стратегия догоняющего роста (низкий темп роста выручки и темп роста финансирования). Она обусловлена низкими показателями деятельности организации, что ведет к ориентации на инвестирование для сохранения текущей финансовой позиции. В-четвертых, стратегия роста, ведущего к росту прибыли (низкий темп роста выручки и высокий темп роста финансирования). При этой стратегии фирме необходимо привлекать заемные средства или увеличивать акционерный капитал.

Матрица направленной стратегии Шелл является двухфакторной и состоит из двух факторов – конкурентоспособность и перспективы бизнеса, которые имеют градацию от низкой до высокой. Сочетает в себе как количественное, так и качественное исследование организации, по итогу которых будут распределены и инвестированы средства организации при составлении финансовой стратегии организации. По результатам изучения обоих факторов, организация может прийти к одной из девяти стратегий [5]. Здесь, как правило, рассматриваются следующие направления действий:

- 1) лидер бизнеса (высокая привлекательность отрасли и сила позиции бизнеса);
- 2) стратегия роста (средняя привлекательность отрасли и высокая сила позиции бизнеса);
- 3) стратегия генератора денежной наличности (низкая привлекательность отрасли и высокая сила позиции бизнеса);
- 4) стратегия усиления конкурентных преимуществ (высокая привлекательность отрасли и средняя сила позиции бизнеса);
- 5) продолжать бизнес с осторожностью (средняя привлекательность отрасли и средняя сила позиции бизнеса);
- 6) стратегия частичного свертывания (низкая привлекательность отрасли и средняя сила позиции бизнеса);
- 7) удвоить объем производства или свернуть бизнес (высокая привлекательность отрасли и низкая сила позиции бизнеса);
- 8) продолжать бизнес с осторожностью или частично свертывать производство (средняя привлекательность отрасли и низкая сила позиции бизнеса);
- 9) стратегия свертывания бизнеса (низкая привлекательность отрасли и низкая сила позиции бизнеса).





Это не все возможные способы разработки текущей и будущей финансовой стратегии организации, но они дают примерный взгляд на их разнообразие. Но нельзя полагаться только на один метод при формировании стратегии. Они должны использоваться вместе для наиболее точного формирования будущих планов, в том числе финансовых, но также предлагают гибкость, благодаря которой можно корректировать стратегию во время её реализации.

Список использованных источников:

1. Дружинина И.А. Концепция и анализ денежных потоков. Методические указания к практическим занятиям: Методические указания / Дружинина И.А. - Москва : МГУДТ, 2016. - 39 с.
2. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций : учебное пособие / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 288 с.
3. Гуржий Н.Н. Практические аспекты стратегической модели М. Портера // Вопросы структуризации экономики. – Махачкала, 2012. - №2. – с. 120-122.
4. Гениберг Т.В., Иванова Н.А., Полякова О.В. Сущность и методические основы разработки финансовой стратегии фирмы [Электронный ресурс] // NSUEM.RU: сайт НГУЭУ. - URL: <https://nsuem.ru/>
5. Кузьмин, А.М. Модель Shell/DPM / А. М. Кузьмин, Е. А. Высоковская // Методы менеджмента качества. – Москва, 2014. – № 10. – С. 19.

© Нетребко М.Д., Ветрова Е.А., 2023

УДК 336.71

АНАЛИЗ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ И ПРОБЛЕМНОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Никитин П.С., Зернова Л.Е.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Кредитная деятельность – один из важнейших, конструирующих само понятие банка признаков. Уровень организации кредитного процесса – едва ли не лучший показатель всей работы банка и качества его менеджмента [1, 2, 3].

В современных экономических условиях, банковская система испытывает острые проблемы в сфере кредитования. Успешными коммерческими банками доказано, что для решения этих проблем





необходимо эффективное управление кредитными продуктами, напрямую влияющими на размер получаемой прибыли [4, 5].

Кредитная политика – основополагающее звено в развитии и эффективной деятельности коммерческих банков. Кредитная политика коммерческого банка – это объединение различных параметров, факторов, стандартов, управленческих решений и процедур, определяющих поступательное развитие банка в сфере кредитования. Кредитная политика должна четко определять цели и задачи кредитной деятельности банка, а также средства и методы их достижения и реализации [6, 7].

Следует отметить, что кредитная политика коммерческого банка – это совокупность его кредитной стратегии, реализуемой в процессе управления деятельностью в сфере кредитования. Основным этапом реализации кредитной политики коммерческого банка, является формирование качественного кредитного портфеля.

В экономической литературе существует множество различных трактовок на эту тему. Часть авторов считает, что к кредитному портфелю банка относят все финансовые активы. Другая, более весомая часть авторов, считает, что к кредитному портфелю относятся только ссудные операции.

Исходя из вышеперечисленных мнений различных авторов, можно сделать один общий вывод, что однозначным понятием для кредитного портфеля будет являться совокупность всех ссуд, выданных банком на определенный момент времени, а также различные требования коммерческого банка, имеющие кредитный характер и сгруппированных по определенным критериям.

Существует также такое распространенное понятие как «грамотно сформированный кредитный портфель». Это понятие имеет следующий основной смысл: формирование кредитного портфеля необходимо осуществлять, отталкиваясь от текущего финансового состояния банка, с анализом каждой сделки на предмет повышения или снижения кредитного риска портфеля в целом. Помимо этого, осуществляемые сделки не должны расходиться с действующей кредитной политикой банка.

Прежде чем начать выдавать кредиты, банк должен сформулировать и утвердить свою кредитную политику (наряду с его политикой применительно ко всем другим направлениям деятельности – депозитной, процентной, тарифной, технической, кадровой, по отношению к клиентуре, к конкурентам и т.д.), а также предусмотреть способы и средства ее воплощения в реальную банковскую практику.

Формулирование политики (политик) банка составляет один из этапов планирования его деятельности. Определить и утвердить свою





кредитную политику – это значит сформулировать и закрепить в необходимых внутренних документах позицию руководства банка.

Для принятия банком обоснованных решений по указанному кругу вопросов важное значение имеют четкая и взвешенная постановка общих целей деятельности банка на предстоящий период (т.е. хорошая постановка планирования в целом), адекватный анализ кредитного рынка (т.е. эффективная работа маркетинговой службы), ясность перспектив развития ресурсной базы банка, верная оценка качества кредитного портфеля, учет динамики уровня квалификации персонала и другие факторы.

Все положения кредитной политике направлены на то, чтобы добиться максимально возможного качества кредитной деятельности банка и получить максимально возможный финансовый результат при минимуме затрат.

О качестве кредитной деятельности банка (качестве организации банком своей кредитной деятельности) можно судить по ряду критериев (признаков), среди которых:

- рентабельность кредитных операций (в динамике);

- наличие ясно сформулированной кредитной политики на каждый конкретный период времени, адекватной возможностям самого банка и интересам его клиентов, а также четко прописанных механизмов (включая организационное и информационно-аналитическое обеспечение) и процедур реализации такой политики (регламентов проведения всех этапов кредитной операции);

- соблюдение законодательства и нормативных актов Банка России, относящихся к кредитному процессу;

- состояние кредитного портфеля;

- наличие работающего механизма управления кредитными рисками.

Кредитный портфель представляет собой совокупность требований банка по кредитам, которые классифицированы по критериям, связанным с различными факторами кредитного риска или способами защиты от него.

Анализ кредитного портфеля обеспечивает компромисс доходности, ликвидности и приемлемого для банка кредитного риска на основе объективной оценки кредитоспособности заемщиков.

Для решения задач составления оптимального (эффективного) кредитного портфеля в банках используются различные программные продукты. Например, специально для решения данных задач компанией ФБ Консалт, на базе платформы Qlik (QlikView и Qlik Sense), было разработано аналитическое приложение, позволяющее детально и в различных срезах анализировать кредитный портфель и проблемную задолженность.





Продукты Qlik Sense и QlikView разработаны компанией Qlik, которая является одним из лидеров в области бизнес-аналитики нового поколения и одним из самых динамично развивающихся поставщиков BI решений в мире. QlikTech (Qlik) является единственным поставщиком BI решений, который гарантирует максимально быстрый возврат инвестиций.

В качестве аналитических разрезов и фильтров могут быть использованы следующие параметры: блок кредитования (корпоративный, розничный); вид кредитования; цель кредитования; категория качества ссуды; валюта кредита; согласие на передачу в НБКИ; номер счета второго порядка в системе бухгалтерского учета кредитной организации; регион, где функционирует банк; филиал; организационно-правовая форма коммерческого банка; период погашения кредита; тип клиента.

В результате обработки и анализа представленной информации в системе по кредитному портфелю могут быть получены следующие данные: сравнительный анализ (по периодам); структура кредитного портфеля; структура кредитного портфеля с учетом его детализации; кредитный портфель в разрезе процентных ставок по кредитам; динамика изменения кредитного портфеля; изменение доли краткосрочных кредитов (сроком 1-2 года); распределение кредитов по срокам; топ-30 заёмщиков с наилучшими показателями в системе возврата суммы основного долга и процентов по нему.

Одновременно с анализом кредитного портфеля и процесса кредитования должен проводиться мониторинг и анализ проблемной задолженности. К сожалению, в банковской практике отсутствуют коммерческие банки, чьи клиенты не имеют во времени проблемной задолженности по кредитам. При проведении анализа проблемной задолженности клиентов должны учитываться возможности сравнительного анализа; структура проблемной задолженности по основному долгу; динамика проблемной задолженности; распределение проблемной задолженности по периодам просрочки; обеспечение кредитного портфеля; период появления задолженности; оценка клиентов с точки зрения возникновения и ликвидации проблемной задолженности; оценка резервов коммерческого банка и возможностей для покрытия в случае необходимости проблемной задолженности.

Список использованных источников:

1. Зернова Л.Е., Халюшев Р.Р. Основы анализа кредитного портфеля коммерческого банка // Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» - 2021.- с. 54-56.

2. Филькина Е.И., Зернова Л.Е. Факторы, влияющие на формирование кредитной политики коммерческого банка // Сборник





материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Инновационное развитие техники и технологий в промышленности» (ИНТЕКС-2020), посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина» -. 2020. - с. 77-81.

3. Никитин П.С., Зернова Л.Е. Характеристика кредитной политики и кредитного портфеля коммерческого банка в современных условиях // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2022)». -2022. - с. 195-199.

4. Зернова Л.Е., Политыко М.Д. Факторы, определяющие кредитную политику коммерческого банка // Материалы Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2018). - 2018.- с. 68-71.

5. Зернова Л.Е. Кредитная политика как основной инструмент достижения стратегических целей коммерческого банка // Сборник научных трудов «Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы» - 2018. - с. 71-75.

6. Зернова Л.Е., Халюшев Р.Р. Принципы и особенности формирования кредитного портфеля коммерческого банка // Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» - 2022. - с. 35-37.

7. Никитин П.С., Зернова Л.Е. Управление качеством кредитного портфеля коммерческого банка // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2022). -, 2022. - с. 258-261.

© Никитин П.С., Зернова Л.Е., 2023

УДК 314.344

ИЗМЕНЕНИЕ ДОМИНАНТНЫХ КРИТЕРИЕВ СОЦИАЛЬНОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТИФИКАЦИИ

Никитина А.А., Фонова Н.Г.

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

В данной работе приводятся теоретические основы социально-экономической стратификации, динамика изменения критериев





стратообразования, выделены экономические критерии разделения общества на классы.

Рассматриваемое направление проблематики – хронологическое изменение доминантных критериев стратификации, практическое разделение общества по экономическим критериям на классы. Цель исследования – проследить изменение доминантных критериев социальной и экономической стратификации, привести пример экономической стратификации населения.

Проблема социальной стратификации не теряет своей актуальности с течением времени. Стратификация – расположение индивидов и групп сверху вниз по горизонтальным слоям по признаку неравенства в доходах, уровню образования, объему власти, профессиональному престижу [1].

К. Маркс отмечал, что «формация – социальная система, имеющая внутреннюю взаимосвязь и находящаяся в неустойчивом равновесии» [2].

По мнению П. Сорокина «стратификация – пространство в социуме с неравными расстояниями по вертикали и горизонтали, где точками отсчета в пространстве являются статусы различных индивидуумов» [3].

Экономическая стратификация – разделение общества на страты на основании такого признака, как доход, который определяет различия в распределении жизненных благ и экономических возможностей [4].

Природой люди наделены разными качествами и возможностями, эти различия зародили физиологическое неравенство. Важную роль играет неравномерное распределение ресурсов, приводящее к борьбе за них. В первобытном обществе ценились сильные, выносливые, ловкие люди, способные обеспечить выживание. В древние времена доминантным критерием естественной стратификации были биологические различия индивидов.

Платон разделял общество на философов, воинов и производителей. С появлением государств, критерии стратификации усложнились. Римляне, обладающие свободой и правами, были разделены на классы в зависимости от происхождения и имущественного положения. В эпоху просвещения критериями выступали степень и форма богатства (феодалы, буржуазия, рабочие).

Немецкий экономист К. Маркс определил доминантным критерием экономический фактор – отношение индивида к собственности. Общество разделялось на эксплуатируемых и эксплуататоров. Генезис социального неравенства – существование частной собственности. Бытует мнение, что такой подход упрощенный, так как упускает другие сферы жизни общества.

Немецкий социолог, политический экономист М. Вебер также утверждал, что формирование классов происходит на основе





экономического критерия. В отличие от Маркса, Вебер подходил к стратификации в трехмерном формате. Плоскость марксизма дополнилась отношением к власти и статусом.

Советско-американский социолог П.А. Сорокин видел генезис в неравном распределении концентрации власти, богатства, прав. Критерии стратификации – тесно взаимосвязанные факторы: экономики, политики, профессиональной деятельности. Имеет место статусное несовпадение, индивид, занимающий высокое положение в одном критерии, может занимать низкое в другом.

Свежий взгляд на стратификацию раскрывает социолог А. Турен. Он делает акцент на тенденциях современного мира, развитии в сфере технологий. Турен определяет доминантным критерием стратификации – доступ к информации и способность к творчеству, разделяя постиндустриальное общество на технократов, бюрократов и инженеров [10].

Говоря об экономической стратификации важно отметить, что основным критериями выступают ВВП, среднемесячная оплата труда, среднедушевой денежный доход.

Новый критерий социально-экономической стратификации – наличие свободного времени, который показывает альтернативные издержки человека, принимающего решение провести время зарабатывая или отдыхая. Время ограничено, поэтому этот ресурс занимает все более значимое место.

Рассмотрим критерии (доход, условия проживания, потребление) разделения населения России на классы, описанные специалистами Tinkoff.

1. Малоимущие.

Доход. За чертой бедности живут более 19 млн. граждан. В РФ граница бедности – величина прожиточного минимума – 14375Р в 2023 г.

Условия проживания. В сельской местности живет более половины всех российских малоимущих. Лидирует Тыва (около 42%), замыкает Татарстан (около 7,7%). Около половины всех малоимущих – это многодетные семьи. В среднем на человека приходится 15 кв.м.

Потребление. Почти каждая семья оснащена привычной бытовой техникой. Личный автомобиль – у 40% [12].

2. Средний класс.

Доход. Российский средний класс неоднороден: ядро (7%), ближняя (11,2%) и дальняя периферия (19,5%). Центр анализа доходов и уровня жизни населения Института социальной политики использует критерии: благосостояние, социально-профессиональный статус и самоидентификация. Нижняя граница среднего класса по доходу на члена





семьи – 125% медианного дохода в регионе проживания человека. В РФ в 2020 г. – 33795Р.

Условия проживания. Сконцентрировано в средних и крупных городах – 54,4% среднего класса живут в городах с численностью населения от 100000 человек. Лидирует Ямало-Ненецкий автономный округ, где 46,6% семей можно отнести к среднему классу (высокие северные зарплаты, невысокая стоимость жилья). Шансы войти в ядро при наличии одного несовершеннолетнего ребенка падает в 1,5 раза.

Потребление. Экономисты говорят, что представители среднего класса должны иметь высокий уровень потребления и ориентироваться на мировой рынок: покупать иностранные товары высокого качества, импортные автомобили (64%), путешествовать, иметь доступ к образованию, включая высшее [13].

3. Богатые.

Доход. Нет определенного порога дохода. По данным Росстата, зарплату более 400000Р в месяц в апреле 2021 г. имели 0,4% работающих россиян.

Потребление. Выводы по обезличенной статистике трат клиентов Тинькофф-банка с разными оборотами по картам: люди с доходами менее 25000Р в месяц тратят в течение месяца все, что пришло на карту; с доходом 25000-50000Р в месяц, остается в среднем треть; 50000-100000Р – около половины; более 250000Р – 60% дохода. Люди тратят на одежду и обувь 7,5-8,5%, на бензин – примерно 3-4% от дохода вне зависимости от того, сколько зарабатывают.

Чем больше человек зарабатывает, тем больше он перечисляет на благотворительность: люди с доходом до 25000Р – 1% от заработанного, с доходом от 250000Р – 2%.

У тех, кто зарабатывает меньше 50000Р, на еду уходит примерно пятая часть месячного дохода. При доходах от 250000Р – одна десятая.

Чем богаче человек, тем больше он готов тратить на интернет-сервисы и подписки [14]. Структура потребления представлена на рис. 1



Рисунок 1 – Структура потребления человека с доходом от 250000Р. Составлено автором.





Практическое применение демонстрирует «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2030 г.» Минэкономразвития, в котором население разделяется на основе экономических критериев стратификации.

Уровень бедности снизится с 12,7% до 7%, доля среднего класса вырастет с 22% до 48% к 2023 г. (рис. 2)



Рисунок 2 – Структура населения России 2010-2030 г. [15]

Рост среднего класса свидетельствует об устойчивой экономической системе, поскольку предполагают формирование человеческого капитала более высокого качества, рост производительности труда.

Рассмотрены несколько теорий социально-экономической стратификации, выделены генезис неравенства и хронологическое изменение доминантных критериев. Рассмотрены критерии экономической стратификации, критерии отнесения к классам, а также приведен пример применения экономической стратификации в исследованиях Минэкономразвития.

Список использованных источников:

1. А.В. Цимбалист Подходы к социальной стратификации населения <https://clck.ru/349bHf>
2. Особенности научного знания о социальной действительности <https://clck.ru/349bN8>
3. Социальная дискриминация. Анализ понятия с точки зрения ведущих социологов <https://clck.ru/349bQg>
4. Национальная энциклопедическая служба <https://clck.ru/349dsQ>
5. Социальная стратификация <https://clck.ru/349dvq>
6. Р.А. Костин, Е.Д. Невесенко Социальная стратификация: к вопросу научного понимания <https://clck.ru/349bjG>
7. Теории социальной стратификации <https://clck.ru/349dxr>
8. А.Т. Корнаев Генезис социальной стратификации как научной категории <https://clck.ru/349boS>
9. В.В. Макаренко, А.В. Федосеев Стратификация в обществе <https://clck.ru/349dya>
10. С.А. Батуренко Социальная стратификация в социологической теории А. Турена <https://clck.ru/349bqf>





11. Экономические критерии социальной стратификации
<https://clck.ru/34CGBB>

12. С. Антонов Бедные люди <https://clck.ru/349e5E>

13. С. Антонов Средний класс в России <https://clck.ru/Sshuo>

14. А. Смагин, С. Антонов Сколько в России богатых людей
<https://clck.ru/Uof9u>

15. "Прогноз долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2030г." <https://clck.ru/349e67>

© Никитина А.А., Фонова Н.Г., 2023

УДК 658.6

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО МАГАЗИНА

Николаева А.А.

Научный руководитель Ильина С.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Специализированный магазин – предприятие розничной торговли, реализующее одну группу товаров или ее часть. Одним из ключевых преимуществ специализированного магазина является его ориентация на один класс товаров. Это дает владельцам и сотрудникам шанс приобрести опыт и репутацию благодаря знаниям и выбору в рамках определенной специализации магазина. Специализированный магазин может предлагать больше товаров в пределах выбранной категории, привлекая энтузиастов, которые не могут найти то, что им нужно конкретно в обычном магазине розничной торговли. Специализированные магазины также становятся местом сбора энтузиастов, особенно если владельцы организуют специальные мероприятия и демонстрации продукции [1].

Выбор формата связан с потребностью покупателей самим быстро выбрать и расплатиться за товар, но при этом мы также учитываем вариант спонтанных покупок, поэтому в специализированном магазине кассовый узел будет состоять из одной кассы с системой самообслуживания и двух касс с продавцами-кассирами. Технологическое планирование специализированного магазина обязано учитывать такие элементы планировки и дизайна торгового зала и витрин, какие привлекали бы интерес потребителей, содействовали бы их хорошему расположению духа и могли помочь совершить покупку. Большое значение в этом представляет планировка торгового зала. Торговый зал – главный инструмент реализации товаров и обслуживания потребителей в любом





формате розничного магазина, по этой причине всегда важным является проблема о том, какая должна быть его область. Торговый зал должен гарантировать значительную пропускную способность, высокое качественное обслуживания клиентов и превосходные условия работы сотрудников гастронома. Для этого принципиально важно не только расположить в нем отделы и секции, но и умело сосредоточить потоки потребителей, правильно разместить торговое оснащение, кассовые кабины, входы и выходы из области обслуживания [2].

В торговом зале вся область по функциональному назначению делится на установочную (назначенную для размещения оснащения), расчетно-кассовую область, область для перемещения потребителей (проходы), для выкладки продуктов, для деятельности продавцов и др. Особенное значение имеет установочная площадь. Она складывается согласно масштабам внешних пределов торгового оснащения или вспомогательных систем. По ней можно оценивать эффективность размещения оборудования в зале. Под площадь, занимаемую оснащением, отводится 32 %. Если данная площадь будет превышена, в таком случае в торговом зале будут ограничены возможности подбора продукта, напряжены потоки покупательских перемещений и затруднено обслуживание потребителей. Техническое оснащение нужно установить таким образом, чтобы человек ходил по залу с наслаждением, не уставая, не боясь зацепить острый угол либо сложную конструкцию и, безусловно, не сталкиваясь в проходе с персоналом.

Итак, согласно своему предназначению, площадь торгового зала магазина разделяется на такие ключевые зоны:

площадь под техническое оснащение для выкладки и выдачи товаров;

площадь узлов расчёта;

площадь проходов для клиентов.

Осуществлению технологической планировки должна предшествовать разработка принципиального плана – схемы размещения оборудования, решения системы «вход – выход», узлов расчёта.

Давать покупателю слишком большую свободу передвижения в торговом зале неоправданно, поэтому должен быть определён основной маршрут. Особенно это важно для магазина самообслуживания. Поток обязательно направить даже в небольших магазинах, и это помогает избежать пересечения потоков, толчеи и прочих неудобств. По нормативам, принятым в современной практике розничной торговли, на каждые 20 погонных метров фасадной части магазина планируют 1 вход [3]. Следовательно, для будущего магазина будет достаточно одного входа. Приобретенные значения коэффициентов установочной и





демонстрационной площади равноправны рекомендуемым значениям коэффициентов и допускается подвести итог о том, что торговая площадь применяется результативно. Относительно оборудования, можно отметить, что оно соответствует прогрессивным условиям, комфортно и обладает большой областью выкладки. Составление плана торгового зала формирует максимальные удобства, как для продавцов, так и потребителей, гарантирует широкий показ товаров.

Реализация товаров – заключительный этап торгово-технологического процесса в магазине. Действия, производимые на этой стадии, считаются наиболее ответственными, потому что они связаны с прямым обслуживанием клиентов. Характер и структура действий по торговле товаров находятся в зависимости в первую очередь от ассортиментного перечня реализуемых товаров и способов их продажи. Для каждого метода реализации свойственны определенные способы выполнения действий, связанных с обслуживанием, отбором товаров, расчетами с клиентами.

Самообслуживание занимает главное место среди нынешних способов продажи, оно в наибольшей степени содействует решению ряда социально-экономических вопросов: бережет время потребителей, повышает темп торгового сервиса и др. Введение самообслуживания повышает размер реализации товаров за счет роста пропускной способности торгового предприятия. Помимо этого, при ознакомлении с выложенными товарами происходит большое количество внеплановых (импульсивных) покупок. Товары в торговом зале магазина самообслуживания расфасованы, упакованы и доступно выложены на стеллажах, поэтому клиенты располагают возможностью выбирать их в инвентарные корзинки. Течение хода потока клиентов проходит по информационным указателям, а еще с помощью соблюдения некоторых принципов размещения торгового оборудования и товаров. Кассовые боксы размещают так, чтобы контролеры-кассиры были направлены лицом к потребителю. Клиенты выкладывают выбранные товары на платформу либо конвейер кассового бокса. Кассир сканирует товары специальным прибором, регистрируя их цену кассовым устройством, а потом кладет товары в паковочные пакеты.

Таким образом, в специализированных магазинах, работающих по методу самообслуживания, качество обслуживания потребителей сильно зависит от организации деятельности контрольно-кассового участка, важно устроить его таким образом, чтобы уменьшить до минимума время, затрачиваемое клиентами на расчеты за покупаемые товары. Этому в значительной степени содействует использование в больших магазинах технологии штрих-кода. Присутствие штрих-кода на всех товарах





осуществляет более легким их регистрацию в магазине и дает возможность вести расчетно-кассовые процедуры с применением электронного торгового оснащения: терминалов сбора информации, кассовых терминалов, сканеров. Это тоже экономит время на приобретение товара и даёт возможность покупателю без коммуникации с продавцом оплатить свой товар.

Список использованных источников:

1. Государственный стандарт Российской Федерации. Розничная торговля. Классификация предприятий /Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200025420> - дата обращения 20.04.2023.;
2. Торговая сеть и принципы размещения магазинов - научно-популярный портал StudFiles URL: <https://studfile.net/preview/8979545/page:36/> - дата обращения 21.04.2023.;
3. Предприятия розничной торговли. Нормы проектирования. ВСН 54-87 URL: <https://files.stroyinf.ru/Data2/1/4293841/4293841854.pdf> - дата обращения 15.04.2023.

© Николаева А.А., 2023

УДК 657

ПОДХОДЫ К ОТРАЖЕНИЮ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО И ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Новикова А.В., Невдах С.В.

Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь

В настоящее время дебиторская задолженность является неотъемлемой частью процесса функционирования любой организации как в Республике Беларусь, так и за рубежом. Обязательства, связанные с дебиторской задолженностью, образуются в том случае, когда возникает временной разрыв между передачей товаров и фактической оплатой за них.

В процессе финансово-хозяйственной деятельности, организации вступают в финансовые отношения с различными физическими и юридическими лицами, тем самым выступая как дебиторы или кредиторы. Изучение дебиторской задолженности дает возможность тщательнее анализировать состояния организации, что в свою очередь позволяет эффективнее использовать собственные и заемные активы.





Дебиторская задолженность – это денежные средства, причитающиеся организации за товары или услуги, поставленные или использованные, но еще не оплаченные клиентам.

В МСФО отсутствуют отдельные стандарты для учета дебиторской задолженности. Однако, вести учет данного вида задолженности можно опираясь на МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты», МСФО (IAS) 32 «Финансовые инструменты: представление информации», МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка».

В Республике Беларусь в настоящее время действует Национальный стандарт бухгалтерского учета № 74 «Финансовые инструменты» от 22 декабря 2018 года, регулирующий порядок учета операций с финансовыми активами. Данный стандарт определяет классификацию финансовых инструментов, а также информацию, которую необходимо раскрыть.

Понятие финансовый инструмент трактуется не всегда однозначно. Согласно МСФО (IFRS) 9 финансовый инструмент – это договор, в результате которого одновременно возникает финансовый актив у одной стороны и финансовое обязательство у другой стороны. К финансовым активам относятся денежные средства, долевые инструменты другой компании, право на получение денежных средств или других финансовых активов, право на выгоды от обмена финансовых активов или обязательств, договор с расчетом собственными долевыми средствами.

Финансовый актив является дебиторской задолженностью, если он сформировался в результате представления организацией товаров, услуг контрагенту и организация не планирует его переуступку в ближайшее время.

Представим в табл. 1 отличительные признаки определения и признания в учете дебиторской задолженности в соответствии с МСФО и нормативно-правовыми актами Республики Беларусь.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика дебиторской задолженности в соответствии с МСФО и НПА РБ

Критерии сравнения	МСФО	НПА РБ
Понятие дебиторской задолженности	Непроизводные финансовые активы с фиксированными или определяемыми платежами, не котируемые на финансовом рынке	Отсутствует
Признание дебиторской задолженности	Признание происходит в момент, когда компания становится стороной по договору	На дату реализации (отгрузки) продукции
Оценка	Первоначально оценивается по справедливой стоимости (по стоимости сделки) с учетом прямых затрат по ее совершению	Отражается в оценке, установленной договором
Прекращение признания	Организация утратила контроль над правами по контракту или данные права реализуются; прекращается действие прав по договору; организация отказывается от своих прав или передает их третьему лицу	Дебитор исполнил свои обязательства; по истечении срока исковой давности. Списание задолженности осуществляется за счет резерва по сомнительным долгам
Отражение в отчетности	Отражается в балансе в составе оборотных активов как сальдо по счетам «Счета к получению» за минусом суммы безнадежных долгов	Отражается в балансе в составе оборотных активов за вычетом резерва по сомнительным долгам.





Проанализировав информацию, представленную в табл. 1, следует, что отражение дебиторской задолженности по международным стандартам финансовой отчетности и нормативно-правовым актам Республики Беларусь имеет ряд отличий, а именно в вопросах признания, оценки, отражения в отчетности. Так, в нормативно-правовых актах Республики Беларусь отсутствует четкое понятие дебиторской задолженности. В МСФО же под дебиторской задолженностью понимаются непроемкие финансовые активы с фиксированными или определяемыми платежами, не котируемые на финансовом рынке.

Таким образом, дебиторская задолженность является важным элементом финансовой отчетности. И хотя в Республике Беларусь и МСФО отсутствуют отдельные стандарты по ведению учета дебиторской задолженности, при применении МСФО организации могут получить более полное и точное представление о состоянии дебиторской задолженности.

Список использованных источников:

1. МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_202060/.

2. МСФО (IAS) 32 «Финансовые инструменты: представление информации» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193676/.

3. МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193673/.

© Новикова А.В., Невдах С.В., 2023





Авторский указатель

А

Андросова И.В., 37, 240

Б

Беляева Ж.С., 100

Бондарь А.Г., 4

Букреев Р.В., 166

В

Ветрова Е.А., 267, 270

Г

Гатина А.Б., 25

Герасенко В.П., 223

Голубева А.Н., 72

Горский А.А., 142

Д

Джавадов Т.А., 111

Е

Егорова Л.Э., 89

Ж

Жеребцова А.С., 72

З

Зазвонова Р.И., 261

Зернова Л.Е., 274

И

Иващенко Н.С., 55

Исмагилова Г.В., 161

К

Кашин Е.А., 14

Квач Н.М., 156, 240

Клеван В.И., 111

Котванова С.Г., 172

Котюга А.А., 4, 7

Коцюк Е.В., 43

Кравченко К.С., 11

Крайнов С.К., 14

Кретьева А.Д., 18

Криворотова Д.А., 21

Кружкова Ю.П., 25

Крымская А.А., 29

Крюкова В.С., 33

Кудрявцева В.А., 37

Кузин Д.Д., 43

Кузина Н.С., 46, 52

Кузнецов А.Н., 60

Кузнецов В.Д., 55

Кулик Ю.В., 64

Кулюкина А.А., 67

Курмакаева А.Б., 72

Кухта К.В., 76

Кушнир А.М., 21

Л

Лазарев М.Ю., 80

Легкодым К.Р., 84

Лёшина А.Е., 89, 92

Ли В.И., 95

Логиновских А.А., 100

Лу Юй, 104

Лунева У.В., 108

Лучининова К.В., 111

Лю Сюэяо, 114

М

Макаренко А.А., 118

Макарецкая Т.Д., 123

Максименко А.А., 128

Максимук-Супрунович И.В., 132

Максудхожаева Х.Э., 137

Малекова Д.М., 142

Мальхина Е.А., 146, 149

Малюкова В.А., 152

Мамеко Н.С., 156

Мамыкин Е.К., 161

Манукян Г.Т., 166

Мартыничук А.И., 169

Машенко Е.Ю., 172

Мединцева С.Г., 176

Мелешенко А.А., 184

Мелешенко М.А., 181, 184

Меркулов Е.П., 84

Меркулова К.А., 187

Минич В.П., 189

Мирзикаева Д.Р., 195





Мирзоян Г.А., 201
Мирошкина К.А., 204
Мирошникова Ю.А., 208
Михайлова В.К., 211
Михалева Э.А., 217
Михаль Е.С., 223
Мокеева Т.В., 95
Морозова Д.В., 195
Морозова Т.Ф., 204
Муленкова В.И., 226
Мусаева Ж.К., 229

Н

Навражных А.В., 236, 240
Назина Е.В., 245
Накаряков А.А., 250
Насыпалов Н.А., 256
Наумова Е.Г., 267
Наумова О.Н., 261
Невдах С.В., 286
Нетребко М.Д., 270
Нефедова Л.В., 152
Никитин П.С., 274
Никитина А.А., 278
Николаева А.А., 283
Новикова А.В., 286

О

Огурцова Н.С., 60

П

Панюсько А.С., 7, 29, 118
Паршутич О.А., 132
Погориляк Б.И., 245
Политова Р.В., 80, 108

Прокопенко П.П., 195
Пупенцова С.В., 33

С

Сапелкина В.С., 72
Сосонко Н.А., 123

Т

Тимохович А.Н., 208
Тихонова О.А., 240
Торопова И.В., 195

У

Усачева А.С., 187
Усович В.А., 223
Ушакова Я.Д., 25

Ф

Фомичева А.А., 181
Фонова Н.Г., 278

Х

Халилова М.А.к., 229
Ханкишиева С.Ф., 72

Ч

Чернова В.А., 92

Ш

Шильцова А.В., 166





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ВЕКТОР

Научное издание

**«Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития»
(Вектор-2023)
сборник материалов
Часть 3**

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 № 105-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

