

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 1**

**МОСКВА  
2023**

**ВЕКТОР**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

---

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

**Всероссийская научная конференция  
молодых исследователей  
с международным участием  
«Экономика сегодня: современное состояние  
и перспективы развития»  
(Вектор-2023)**

**25 мая 2023 г.**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
Часть 1**

**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 1 – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2023. – 290 с.

ISBN 978-5-00181-420-7

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 978-5-00181-420-7

© 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 658.5.011

## АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Абдуллаева А.А.

Научный руководитель Макарова Н.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

В современном мире на рынке существует огромная конкуренция, каждая компания желает заявить о себе и, конечно, иметь возможность получить дополнительные капиталовложения для дальнейшего развития. Чтобы выстоять на рынке компании необходимо иметь четкое понимание того, что они собой представляют, какие проводят мероприятия для улучшения своей ситуации и какие имеют преимущества. Ведь наиболее привлекательными являются те компании, которые имеют стабильное финансовое состояние, высокие конкурентные преимущества и перспективу в будущем.

Так анализ финансовых результатов служит подтверждением тому, что на данный момент имеет организация. В нем дается объективная оценка ее финансового состояния, насколько стабильно оно работает, какие имеет сильные или слабые стороны, а также помогает выявить конкурентные преимущества на рынке.

В широком научном понимании финансовый анализ – это метод научного исследования (познания) и оценки явлений и процессов, в основе которого лежит изучение составных частей элементов изучаемой системы [1]. Организация проводит финансовый анализ как внешний, так и внутренний. Внешний анализ финансовых результатов проводится для заинтересованных лиц, ими могут быть инвесторы; кредиторы; государство и др. Внутренний анализ проводится для самой коммерческой организации в целях наглядного представления своего финансового положение, выявления финансовых резервов и обеспечения эффективного управления.

Предметом финансового анализа являются финансовые результаты и финансовое состояние организации [2].

В качестве информационной базы принято применять бухгалтерский отчет; отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств.

В анализе проводится динамика показателей за несколько периодов. Рассчитываются темпы роста и их удельный вес в структуре за каждый год. Одним из основных показателей для заинтересованных лиц является показатель прибыли. Именно ее рост провоцирует и привлекает, например,



потенциальных инвесторов вкладывать свои денежные средства в ее дальнейшее развитие. А также данный показатель говорит о спросе на продукции или услуги, предоставляемые данной организацией.

Расчеты темпа роста и удельного веса являются одними из методов анализа финансовых результатов. Выделяют несколько методов:

горизонтальный анализ (он используется для исследования изменений каждой строки отчетного периода по сравнению с базовым);

вертикальный анализ (проводится для исследования структуры показателей за отчетный и базовый периоды);

факторный анализ (показывает, какие факторы влияют на показатель прибыли);

трендовый анализ (сопоставляются величины за базовый и отчетные периоды для выявления доминирующих показателей);

коэффициентный анализ.

Для расчета основных показателей при проведении анализа финансовых результатов используют ряд ключевых показателей, но одними из основных являются показатели ликвидности, рентабельности и оборачиваемости. Понятия каждого раскрывается в табл. 1.

Таблица 1 – Характеристика ключевых показателей анализа финансовых результатов.

Вид	Показатель	Характеристика
L	Ликвидность	Ликвидность показывает способность имеющихся активов организации покрыть свои текущие обязательства.
R	Рентабельность	Рентабельность говорит об эффективном использовании ресурсов организации.
Ко	Коэффициент оборачиваемости	Коэффициент оборачиваемости показывает интенсивность использования активов или обязательств.

Общий итог расчетов данных показателей сводится к пониманию того, насколько эффективно организация распределяет свою выручку и управляет имеющимися активами. Выявляет способности компании покрыть свои обязательства и показывает, насколько она привлекательна для внешних заинтересованных сторон.

Анализ финансовой деятельности организации является ее неотъемлемой частью и позволяет понять, насколько эффективно работает организация, оценивает стабильность структуры имущества и источников его формирования.

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

1. Е.Я. Гейденрейх. Комплексный подход к анализу финансовых результатов деятельности коммерческой организации//CYBERLENINKA – Р.-на-Д. 2021 – [521-522] с.

2. С.И. Крылов Финансовый анализ – Е. 2016 – [3-4] с.

© Абдуллаева А.А., 2023



УДК 330.341.42

## ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ ПРИ ПРИМЕНЕНИИ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Авдеева Э.А.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Московский государственный институт  
международных отношений (университет)  
Министерства иностранных дел Российской Федерации», Москва*

Повышение энергоэффективности лежит в основе устойчивого экологического развития. Цифровые технологии – один из наиболее актуальных подходов для оптимизации процессов, так как нефтегазовые объекты являются энергоемкими системами, которые потребляют большое количество энергии (МВт) в зависимости от свойств углеводородов, экспортных спецификаций, зрелости месторождения, выработки оборудования и множества других факторов.

Международные нефтегазовые компании активно преобразуют организационные, процедурные, социальные и технологические процессы на фоне восстановления после пандемии COVID-19 и преобразования логистических поставок углеводородов, актуализации повестки энергетической безопасности на фоне текущих геополитических изменений, которые также способствовали росту цен на энергоносители. Согласно ежегодному анализу Международного энергетического агентства (Energy Efficiency 2022) [1], эффективное использование энергии и энергетических ресурсов является решением проблемы доступности энергии, надежности поставок, энергетических кризисов и непосредственно связано с изменениями климата.

Целый ряд зарубежных и российских авторов изучают вопрос энергетической эффективности [2, 3, 4, 5, 6]. В тоже время вопрос применения цифровых технологий в нефтегазовой отрасли изучается такими учеными как [7, 8, 9, 10, 11, 12, 13].

Современные вызовы и развитие цифровых технологий формируют новые подходы в части исследования вопроса энергетической эффективности нефтегазовых компаний.

В исследовании был применен системный подход, который позволил в комплексе рассмотреть ряд разноплановых практик и подходов международных нефтегазовых компаний, которые до этого изучались отдельно. Путем обобщения и синтеза полученных результатов сделаны основные выводы.



Европейской Экономической Комиссией ООН (ЕЭК ООН) совместно с Всемирной сетью по энергетической политике в области возобновляемой энергетики (REN21) было сформулировано определение энергоэффективности – это использование энергетических ресурсов наиболее эффективным рациональным образом, когда используется меньше энергии, для того чтобы обеспечить выпуск такой же объем продукции, либо используется такое же количество энергии, чтобы произвести больше продукции. То есть энергоэффективность представляется в виде соотношения объема потребляемой энергии и выпуска продукции (энергетических услуг), которые производятся на основе этой энергии [14].

Решение энергетических проблем невозможно без учета факторов глобализации мировой экономики, эффект от которого постепенно снижается на фоне кризисных процессов, когда большинство государств ориентированы на внутренний политический курс для укрепления национальной безопасности, выработки новых стратегий развития и устойчивости экономики. Следует отметить, что текущие изменения системы международных отношений с преобразованием и замещением ряда основных поставщиков энергетических ресурсов способствуют значительным изменениям, в том числе в энергетических отраслях многих стран.

Повышение энергоэффективности осуществляется за счет проведения технологических изменений в производственных процессах при строительстве скважин, сборе и транспортировке нефти и нефтепродуктов, подготовке и разделении нефти, попутного газа и воды проводится на основе стандартизированной методологии наилучших практик и технологий на базе разработок государственных, частных, специализированных и международных организаций (BREF, IPIECA, IOGP) и непосредственно компаниями (Chevron, ExxonMobil).

Функциональные изменения в нефтегазовых компаниях под влиянием цифровизации в плане энергоэффективности состоят в следующем: повышается наблюдаемость за технологическими процессами; максимально задействуются ресурсы оборудования; улучшается контроль качества; повышается прогнозируемость и предупреждаемость аварий; преобразование бизнес-моделей.

Функциональные изменения в нефтегазовых компаниях под влиянием цифровизации дают возможность использовать новые технологии, связанные с добычей, транспортировкой, переработкой и потреблением углеводородов, интегрировать их в технологические цепочки энергоснабжения, тем самым изменяя производственные показатели оборудования и объектов энергетического хозяйства: сокращается время на аварийные и ремонтные работы; сокращаются



потери энергии; изменяется количество персонала; изменяется объем спроса.

Цифровая трансформация также приводит к изменению экономических результатов: сокращаются переменные и постоянные эксплуатационные затраты; повышается эффективность капитальных вложений; образуется дополнительная выручка.

Ответственные за энергосбережение и вопросы энергетической эффективности расположены в различных подразделениях нефтегазовых компаний: CNPC, BP (экология), Chevron, Equinor (развитие, в том числе новых источников энергии, Total (инноваций), где также осуществляется согласование энергоэффективных цифровых решений, которые планируются к внедрению. Внедрение цифровых технологии осуществляется на базе специализированных центров: Data Science Center of Excellence (Royal Dutch Shell); The Digital Innovation Center (Total); 4IR (Fourth Industrial Revolution) Center (Saudi Aramco); The monitoring center of the NIOC (National Iranian Oil Company); Центр цифровой трансформации «Цифергауз» (ПАО «Газпром нефть»); PETRONAS Digital Collaboration Centre (Petronas) и др.

Цифровые технологии непосредственно оказали влияние на производство, передачу и распределение электроэнергии, повышая эффективность и надежность. Датчики и устройства IoT используются для контроля состояния линий электропередач и трансформаторов. Интеллектуальные сети используются для балансировки спроса и предложения электроэнергии. Мобильные приложения используются для предоставления информации об энергопотреблении на нефтегазовых объектах в режиме реального времени. Системы управления административными зданием и производственными объектами используют датчики и анализ данных для оптимизации систем отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха.

Международная практика нефтегазовых компаний активно применяют современные технологии для достижения устойчивой, безуглеродной экономики. Инновации в технологиях от цифровизации до декарбонизации способствуют повышению энергоэффективности в нефтегазовых компаниях. Цифровые технологии непосредственно оказывают воздействие на эффективность, устойчивость и отказоустойчивость энергосистем нефтегазовых объектов, которые могут сэкономить около \$80 миллиардов в год (5% от общих годовых затрат на производство электроэнергии) [15].

Технологическая инфраструктура большинства нефтегазовых объектов индивидуальна, сложна и фрагментирована и успешная организация энергоэффективного процесса возможна на основе внедрения





цифровых технологий комплексным способом с последующим усовершенствованием используемого оборудования.

Корпоративные дорожные карты применяются для поддержки развертывания цифровых технологий и раскрытия новых возможностей, в том числе с целью повышения энергетической эффективности.

Повышение энергетической эффективности нефтегазовых компаний при применении цифровых технологий возможно при применении интегрированного подхода к управлению данными в соответствующей корпоративной политике, где регулируется способ обращения с данными (в том числе сбор, учет, хранение и обработка). Неотъемлемой составляющей внедрения цифровых технологий является кибербезопасность.

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

1. Energy Efficiency 2022 // The International Energy Agency (IEA). – 2022. – Electronic text data. – Mode of access: <https://iea.blob.core.windows.net/assets/7741739e-8e7f-4afa-a77f-49dadd51cb52/EnergyEfficiency2022.pdf> (date of access: 18.02.2023). – Title from screen.

2. Popkova E.G. Energy Efficiency and Pollution Control Through ICTs for Sustainable Development / E. G. Popkova, A. O. Inshakova, A. V. Bogoviz, S. V. Lobova // *Frontiers in Energy Research*. 2021. – Vol. 9. – P. 735551. – DOI: <https://doi.org/10.3389/fenrg.2021.735551>

3. Авдеева, Э.А. Международный опыт внедрения технологии блокчейн для повышения энергетической эффективности / Авдеева Э.А. // *Страховое дело*. 2021. – № 6 (339). – С. 47-54. (дата обращения: 16.04.2023).

4. Авдеева, Э. А. Практика внедрения цифровых технологий международными нефтегазовыми компаниями для повышения энергоэффективности / Э.А. Авдеева // *Управленческий учет*. 2022. – № 7-1. – С. 5-11. (дата обращения: 16.04.2023).

5. Yajima N., Arimura T.H. Promoting energy efficiency in Japanese manufacturing industry through energy audits: Role of information provision, disclosure, target setting, inspection, reward, and organizational structure // *Energy Economics*. – October 2022. Vol. 114. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2022.106253>

6. Popkova E.G., Sergi B.S. Energy efficiency in leading emerging and developed countries // *Energy*. – 2021. – Vol. 221. С. 119730. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.energy.2020.119730>

7. Авдеева, Э. А. Текущий статус и тренды развития топливно-энергетического комплекса на современном этапе энергетического перехода / Э. А. Авдеева // *Известия Санкт-Петербургского*



государственного экономического университета. – 2023. – № 1(139). – С. 172-178.

8. Zavyalova E.B. Insufficiency of the material base for implementing the environmental agenda of Industry 4.0 Zavyalova E.B., Krotova T.G. // Current Problems of the Global Environmental Economy Under the Conditions of Climate Change and the Perspectives of Sustainable Development. 2023. – pp. 185-192.

9. Sheveleva A.V. Digital Transformation Strategies of Oil and Gas Companies: Preparing for the Fourth Industrial Revolution / Sheveleva A., Tyaglov S., Khaitey P. // Digital Strategies in a Global Market : Navigating the Fourth Industrial Revolution. – Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, 2021. – P. 157-171. – DOI 10.1007/978-3-030-58267-8\_12. – EDN DJSSQT.

10. Sheveleva A.V. Industry 4.0 climate risk management in international oil & gas companies Sheveleva A.V., Cherevik M.V. // Current Problems of the Global Environmental Economy Under the Conditions of Climate Change and the Perspectives of Sustainable Development. Cham. 2023. – pp 155-166. DOI: 10.1007/978-3-031-19979-0\_17

11. Тяглов С. Г. Формирование зеленых кластеров: опыт европейских стран и Российской Федерации / С. Г. Тяглов, А. В. Шевелева // Современная Европа. – 2022. – № 2(109). – С. 100-116. – DOI 10.31857/S0201708322020085. – EDN WUADPH.

12. Maroufkhani P., Desouza K.C., Perrons R.K., Iranmanesh M., Digital transformation in the resource and energy sectors: A systematic review / Maroufkhani P., Desouza K.C., Perrons R.K. // Resources Policy – 2022. – Vol. 76 DOI: <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.102622>

13. Fernandez-Vidal J., Gonzalez R., Gasco J., Llopis J., Digitalization and corporate transformation: The case of European oil & gas firms / Fernandez-Vidal J., Gonzalez R., Gasco J., Llopis J. // Technological Forecasting and Social Change – 2022. – Vol. 174 DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121293>

14. UNECE Renewable Energy Status Report 2022. – Текст: электронный. – URL: [https://www.ren21.net/wp-content/uploads/2019/05/GSR2022\\_Full\\_Report.pdf](https://www.ren21.net/wp-content/uploads/2019/05/GSR2022_Full_Report.pdf)

15. Nazari Z., Impact of Digital Transformation on the Energy Sector: A Review Nazari Z., Musilek P. // Algorithms. – 2023. – Vol. 16 (4). DOI: <https://doi.org/10.3390/a16040211>

© Авдеева Э.А., 2023



УДК 316.334

## ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

Авеев Б.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Социальная политика – одно из стратегических направлений деятельности государства, главной целью которой является повышение благосостояния населения, обеспечение высокого уровня и качества жизни каждого гражданина. Показателями эффективной социальной политики государства являются: здоровье, доход населения, занятость, жилье, образование, культура, экология. Социальная политика Российской Федерации направлена на всестороннее обеспечение потребностей каждого гражданина [1]. Ключевые принципы социальной политики нашего государства определены и гарантируются ст. 7 Конституции Российской Федерации:

1. Российская Федерация – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека.

2. В Российской Федерации охраняются труд и здоровье людей, устанавливается гарантированный минимальный размер оплаты труда, обеспечивается государственная поддержка семьи, материнства, отцовства и детства, инвалидов и пожилых граждан, развивается система социальных служб, устанавливаются государственные пенсии, пособия и иные гарантии социальной защиты [2].

Основные социальные права граждан закреплены в Трудовом, Семейном, Жилищном, Гражданском кодексах Российской Федерации, Федеральных законах «О занятости населения в Российской Федерации», «О страховых пенсиях», «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», «Об основах социального обслуживания населения в РФ», «О государственной социальной помощи», «О социальной защите инвалидов» и других документах. Результатом действенной организации социальной политики являются рост экономики страны, обеспечение многогранного развития каждого члена общества, удовлетворение его интеллектуальных, духовных, культурных и материальных потребностей.

Основными принципами социальной политики в России являются:

Государственная ответственность за благосостояние населения. Государство несет ответственность за обеспечение достойной жизни граждан и создание условий для их развития.



Социальная защита населения. В рамках социальной политики государство предоставляет своим гражданам гарантированные права на медицинскую помощь, образование, занятость и пенсии, а также предоставляет помощь нуждающимся слоям населения.

Обеспечение равных возможностей и доступности. Социальная политика в России направлена на обеспечение равных возможностей для всех граждан в получении образования, медицинской помощи, жилья и других услуг.

Развитие социального партнерства. В рамках социальной политики государство сотрудничает с предпринимателями, общественными организациями и профсоюзами для реализации программ и проектов по социальному развитию.

Основными сферами реализации государственной социальной политики нашей страны являются социальные права всех категорий граждан; демография, семья, материнство и детство, молодежь; рынок труда, оплата труда, охрана труда, занятость населения; жилье, обеспечение бытовыми и коммунальными услугами; доходы населения; здравоохранение; образование и наука; культура; социальное страхование; пенсионное обеспечение; социальное обслуживание; физическая культура, спорт, туризм; экологическая безопасность.

Обозначенные сферы объединяют в несколько направлений, с определенным кругом задач в каждом.

Образование: Главная цель Российского государства заключается в сохранении образования как всеобщего и доступного блага. Это способствует развитию науки и высокотехнологичных производств. Кроме того, образованные люди менее подвержены манипуляциям со стороны внешних сил, использующих дезинформацию и пропаганду.

Здравоохранение: Цель мероприятий в данной отрасли – обеспечение активного долголетия для граждан, их трудоспособности, повышение уровня здоровья. Государство развивает и модернизирует медицинскую систему, реформирует ее с целью улучшения работы и повышения эффективности, снабжает современной техникой. Одновременно принимаются меры по улучшению экологии и популяризации физической культуры. В России действует система медицинского страхования, позволяющая существенно поднять качество оказания услуг.

Жилье: В жилищно-коммунальной сфере реализуется следующий пакет мер: выделение субсидий для снижения процентной ставки по ипотеке; реновация жилфонда; модернизация сферы ЖКХ; финансирование строительных программ. Социальная политика в сфере ЖКХ направлена на реновацию, модернизацию и финансирование жилфонда. Эти действия призваны обеспечить каждого гражданина и в первую очередь многодетные семьи доступным и комфортным жильем.



Социальное страхование. Система социального страхования обеспечивает материальную поддержку граждан в случае утраты работоспособности; болезни; потери кормильца; получения статуса безработного; завершения трудовой деятельности по возрасту. Фонд социального, пенсионного, медицинского страхования пополняют граждане, работающие на территории Российской Федерации, производя отчисления из каждой заработной платы.

В государственной социальной политике применяются различные инструменты:

- экономические – льготы, пенсии и стипендии, тарифы и налоги;
- административно-распорядительные – разрешение и запрет на определенные действия;
- правовые или законодательные;
- идеологические – обеспечивают формирование морали, этики и нравственности в обществе [3].

Важнейшим инструментом социальной политики является формирование моральных принципов в обществе.

Социальная сфера динамично меняется, что побуждает внедрять новые способы достижения поставленных целей. Практикуемая в Российской Федерации модель социальной политики унаследовала многие черты советской. В начале 90-х годов прошлого века она носила менее выраженный характер, но сегодня ценностный ряд постепенно восстанавливается. В основу социальной политики Российского государства положено естественное чувство справедливости, свойственное российскому менталитету. Главный принцип – создание равных условий для всех, независимо от уровня дохода.

Большие усилия прилагаются для улучшения демографической ситуации, совершенствуется система образования.

В Российской Федерации доля государственного регулирования и финансирования в системе социальной защиты населения крайне высока. Субъектами социальной политики являются структуры всех уровней – федеральные, региональные и местные. Частный капитал тоже принимает активное участие в социальной политике. Крупные компании и холдинги строят на свои средства спортивные школы, комплексы для проведения соревнований, другие объекты социальной инфраструктуры.

Социальная политика в нашей стране ориентируется на массовые круги общества. Кроме незащищенных категорий граждан, малоимущих, многодетных семей, безработных, инвалидов, важным объектом внимания является молодежь. Ей предоставляют льготы на оформление ипотеки, выделяют выплаты в рамках программы «Материнский капитал», реализуется ряд инициатив для многодетных семей.



Не менее важные объекты социальной политики – школьники и студенты. Действует ряд программ, стимулирующих желание развиваться и стремление к самореализации в среде учащихся: действует научный молодежный городок «Сириус», восстановлено общество «Знание».

В России на законодательном уровне установлены 2 социальных стандарта: прожиточный минимум (ПМ) – стоимость наименьшего набора товаров и услуг, необходимого для поддержания здоровья и обеспечения жизнедеятельности человека; минимальный размер оплаты труда (МРОТ).

Прожиточный минимум включает в себя обязательные платежи и потребительскую корзину. Размер прожиточного минимума пересматривают ежеквартально. На основании МРОТ рассчитывают не только заработную плату, но и пособия, сборы, штрафы, налоги и пр.

Высокий уровень социальной политики в России подтверждают следующие факты: регулярно проводится индексация МРОТ, пенсий, окладов работникам различных сфер, внедрена «Пушкинская карта» для школьников и студентов – на нее государство перечисляет целевые деньги для посещения культурных объектов – музеев, театров, выставок, действует программа субсидирования внутреннего туризма, до 2022 года путешественники получали кешбэк до 20%, материнский капитал с 1 февраля 2023 года составляет 589,6 тыс. рублей, за второго и последующих детей – 779 тыс. рублей, кроме того, материнский капитал разрешили использовать в качестве стартового взноса при оформлении кредита на жилье, выплаты мобилизованным и добровольцам, военнослужащим-контрактникам, задействованным в СВО, а также членов их семей освободят от НДФЛ, пеней за просрочку оплаты услуг ЖКХ. При этом мобилизованные, добровольцы и члены их семей смогут воспользоваться кредитными каникулами. Все долги полностью спишут, если военнослужащий погибнет или получит инвалидность I группы во время СВО.

Однако, несмотря на усилия государства, проблемы социальной политики в России все еще остаются актуальными. Низкий уровень жизни, безработица, недостаток медицинских услуг и недостаток жилья для многих людей остаются серьезными вызовами для развития социальной политики в России. Кроме этого в стране существует ряд проблем, негативно влияющих на развитие социальной политики России: поляризация уровня жизни граждан в обществе, соответственно, неравная доступность платных услуг; значительные различия между регионами в уровнях развития экономики и, следовательно, в уровнях дохода населения в различных регионах и диспропорции в социальной сфере (различия в уровне занятости, доступности медицинской помощи, социального обеспечения), которые противоречат принципам государственной политики регионального развития, направленной на обеспечение равных



возможностей для реализации конституционных прав и свобод граждан на всей территории страны.

**Список использованных источников:**

1. Шайдукова Л.Д. Социальная политика Российской Федерации: учебник для вузов / Л.Д. Шайдукова. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 191 с.

2. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 01.07.2020 № 11-ФКЗ) // Текст Конституции опубликован в «Российской газете» от 25 декабря 1993 г. № 237 (первоначальный текст)

3. Егорова М.С., Смирнова А.А. Социальная политика России // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 5-2. – С. 302-304.

© Авеев Б.В., 2023

**УДК 330.34.014.2**

**АНТИРОССИЙСКИЕ САНКЦИИ  
И ОТВЕТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ РОССИИ**

Агаркова И.В., Левченко П.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

В 2022 году против России по инициативе США и ряда других стран, таких как Великобритания, Австралия, Канада, Япония и так далее, принят ряд ограничительных мер. Это произошло из-за специальной военной операции, проводимой вооруженными силами Российской Федерации на Украине. Ожидаемый результат данных мер – изоляция России на мировой арене и удар по возрождающейся экономике нашей страны, вследствие чего можно понять, что данные санкции не только экономические, но и политические.

Санкционные меры не дают свободу действий российским банкам и организациям к национальным рынкам капитала, коснулись российской сырьевой сферы и оборонных комплексов, также Россия подверглась технологической изоляции (речь идёт об электронике, компьютерах, компонентах для аэрокосмической промышленности и другой технике). Санкциям со стороны США и ЕС также были подвержены обычные граждане, которые с точки зрения Запада, замешаны в специальных действиях войск на Украине. Лицам, которые попали в списки, запрещено



посещать страны, которые ввели санкции, вдобавок сбережения и собственность этих лиц подлежат заморозки [1].

Интересы нашего государств в сфере мировой экономики были нарушены, поэтому Россией были приняты ответные меры. 28 февраля 2022 года В.В. Путин подписал указ «О применении специальных экономических мер в связи с недружественными действиями США и примкнувших к ним стран». Экономические меры РФ, которые были введены в ответ на изоляцию Запада:

1. Ограничение полетов недружественных стран над территорией России. (В связи с закрытым воздушным пространством Европы и США наша страна выступила с равносильными санкциями. Теперь Европейским авиакомпаниям приходится облетать Россию, для многих предпринимателей данные маршруты стали невыгодными, а для простых пассажиров сильно подорожали перевозки).

2. Запрет на вывод валюты из России. (Иностранным лица, а также лицам, которые покинули Российскую Федерацию и сейчас проживают в другой стране запретили выводить средства на зарубежные счета. Также наличные деньги теперь можно вывозить в размере не более 1000 долларов).

3. Запрет на продажу акций российских компаний иностранными гражданами. (Иностранные граждане теперь не могут продавать российские акции и, соответственно, инвестировать в них. Данная мера поможет избиваться от влияния Запада и отказаться от зарубежного инвестирования).

4. Личные санкции против европейцев и американцев. (В ответ на действия США и других европейских стран Россия ввела свой «чёрный список». Лица, которые попали в данный список, не могут исполнять свою экономическую деятельность в полном объеме) [2].

Конечно, ограничительные меры негативно влияют на российскую экономику, а также подрывают социально-политическую стабильность страны, но их вклад в скачок ВВП России рассматривается как малозначачий по сравнению с общемировым экономическим кризисом, торговыми войнами и скачками цен на нефть.

Россия за последний год старается улучшить свои макроэкономические показатели, например, в нашей стране, по сравнению со странами Европы, один из самых низких уровней государственного долга – почти 40% от ВВП при растущем уровне золотовалютных резервов. Россия стала четвертой в мире по золотовалютным резервам. Государство стало в большей степени финансировать отечественное производство.

Изоляционные меры, которые ввели против России страны Европы, являются толчком для развития импортозамещения, т.е. замещение





импорта товарами, произведёнными внутри России. Это поможет повысить конкурентоспособность страны на мировой арене. Конечно, данные действия влекут за собой как положительные последствия, так и отрицательные.

К положительным последствиям можно отнести открытие новых отечественных предприятий; уменьшение зависимости от зарубежных стран; увеличение новых рабочих мест; рост экспорта. К отрицательным последствиям можно отнести снижение качества некоторых товаров; увеличение расходов из государственного бюджета; рост цен на товары и услуги; снижение конкуренции.

Прежде всего, развиваются такие сферы как сельское хозяйство, машиностроение и информационные технологии. Развитие сельского хозяйства необходимо для обеспечения продовольственной безопасности страны. Продовольственная независимость определяется как уровень самообеспечения в процентах, рассчитываемый как отношение объема отечественного производства сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия к объему их внутреннего потребления и имеющий пороговые значения в отношении: зерна – не менее 95%; сахара – не менее 90%; растительного масла – не менее 90%; мяса и мясопродуктов (в пересчете на мясо) – не менее 85%; молока и молокопродуктов (в пересчете на молоко) – не менее 90%; картофеля – не менее 95%; овощей и бахчевых – не менее 90%; рыбы и рыбопродуктов (в живой массе – масса сырца) – не менее 85% и др. [3].

Импортозамещение в машиностроении и IT-сфере является одним из приоритетных направлений экономической политики России. Это связано с тем, что машиностроение и IT-сфера являются ключевыми областями экономики, определяющими конкурентоспособность страны в мировом сообществе. В сфере машиностроения государственная политика направлена на поддержку отечественных производителей, развитие и модернизацию национальных предприятий, и увеличение их доли на рынке. В рамках программы импортозамещения были созданы совместные предприятия с зарубежными компаниями, а также увеличен оборот ВПК-продукции. В IT-сфере государственная политика направлена на содействие развитию национального программного рынка и уменьшение зависимости от зарубежных поставщиков. В рамках программы импортозамещения в IT-сфере были созданы национальные платформы и продукты, которые замещают зарубежные аналоги.

В целом, импортозамещение в машиностроении и IT-сфере является важным направлением государственной политики, которое позволяет увеличить конкурентоспособность национальной экономики, создать новые рабочие места и содействовать развитию отечественных технологий [4].



Россия может стремиться к укреплению своих отношений с другими странами, особенно с теми, кто не принимает антироссийских санкций. Также Россия может повышать свой внутренний потенциал, чтобы стать экономически более независимой и конкурентоспособной.

Обратим внимание, что это только некоторые из возможных мер, которые могут быть предприняты в ответ на антироссийские санкции.

**Список использованных источников:**

1. Санкциномика: развилки, коридоры и выходы  
[https://raexpert.ru/researches/sancinomics\\_2022/](https://raexpert.ru/researches/sancinomics_2022/)

2. Указ о применении специальных экономических мер в связи с недружественными действиями США и примкнувших к ним иностранных государств и международных организаций.  
<http://www.kremlin.ru/events/president/news/67881>

3. Указ Президента Российской Федерации от 21.01.2020 г. № 20 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации» <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45106>

4. Киященко Е.А. Современное состояние экономики и приоритеты развития России // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики: материалы IV международной научно-практической конференции. – Краснодар: ЦНТИ, 2016. С. 172-176.

© Агаркова И.В., Левченко П.А., 2023

**УДК 338.1**

**РЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

Александропуло Е.В., Горский А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Для выхода из создавшейся сложной экономической ситуации экономика России сегодня нуждается в радикальной структурной перестройке, которая обеспечит ее переход на более качественно новый и высокий технологический уклад. Такой переход позволит в максимально возможной степени провести импортозамещение ключевых видов промышленной продукции и одновременно существенно повысить уровень ее конкурентоспособности на мировых рынках.

В успешности решения данной проблемы возрастает роль государства. Наряду с этим требуется преодолеть ряд негативных моментов, которые выявлены в ходе современной практики формирования плановых документов (отсутствие системного подхода к составлению,



некорректная постановка целей и взаимная увязка программ, отсутствие методологии обоснования исправлений и объемов расходования средств).

Термин «реиндустриализация» в наиболее общем понимании выступает синонимом термина «модернизация» и обозначает развитие новых отраслей промышленности и (или) совершенствование уже существующих [1]. К направлениям реиндустриализации относятся: восстановление капитальных фондов, снижение издержек, научно-техническая модернизация.

Работа над программой реиндустриализации экономики, в том числе и на региональном уровне, началась в сентябре 2014 года. Принципиально важно, что над ней работали не только чиновники, но и ученые, производственники. Активно подключились к делу представители инновационных предприятий, которые активно развиваются. Реиндустриализация в России сегодня понимается как переход на новый технологический уклад, базирующийся на реализации конкурентных преимуществ и, что важно, на новое качество экономического роста. Такой подход гарантированно затрагивает все сферы экономики: промышленность, сельское хозяйство, сектор высокотехнологичных услуг.

Программа реиндустриализации появляется, образно говоря, не на пустом месте. Она основывается на технологических заделах. Это, прежде всего, информационно-телекоммуникационные технологии, наукоемкие технологии перерабатывающей и пищевой промышленности, здравоохранении, энергетике, транспорте и экологии.

Обозначены десять приоритетных технологических направлений: информационные технологии и телекоммуникации, биотехнологии, высокотехнологичная медицина, клеточные технологии, микро-, нано-, и биоэлектроника, фотоника, новые инновационные материалы, аддитивные технологии, компьютерное моделирование и конструирование, новые технологии в агропромышленном комплексе. Все это отнюдь не мечты о завтрашнем дне, а реальная работа сегодня, пусть и не в самых благоприятных условиях [2].

Программа реиндустриализации должна соответствовать духу времени, а, значит, быть таким инструментом развития, который способен гибко реагировать на новые вызовы. Но надо понимать, что меры государственной поддержки новым проектам, конечно, необходимы. Речь идёт о предоставлении государственных гарантий и отсрочек по платежам, субсидировании и налоговых льготах, содействии в продвижении продукции предприятий региона на зарубежных рынках. Очень важно также выстроить диалог с федеральными министерствами и ведомствами.

В качестве направлений реиндустриализации можно выделить:



повышение эффективности добывающих и энергосырьевых секторов, увеличение степени переработки сырья (лесопромышленный комплекс, нефтехимия);

инфраструктурные проекты (железнодорожные магистрали, газо- и нефтепроводы, дороги);

стимулирование развития экспортных и внутренних производств – продуктовых серий (внутренняя и международная конкурентоспособность);

базовое и специальное машиностроение;

использование патентной базы России и выход на мировой рынок, а также развертывание «защищенных производств» и использование технологических заделов [3].

Можно сказать, что реиндустриализация предполагает одновременное решение масштабных задач по нескольким взаимосвязанным направлениям: восстановление или модернизация производственных мощностей, утраченных или устаревших; реализация программ и проектов инновационной индустриализации и последнее – переход на стадию нового индустриального развития. Здесь можно добавить – с учетом особенностей и технологических вызовов индустрии грядущих десятилетий, которые в совокупности и дадут набор базовых и промышленных технологий, организационных и структурных решений 6-го технологического уклада, причем такой мощи, темпов развития и различий с 5 укладом, что его вполне можно назвать новой «промышленно-технологической революцией» [4].

Ситуация в мире на сегодняшний день в полной мере подталкивает Россию, даёт ей шанс провести реиндустриализацию успешно именно сейчас. Несмотря на многие ограничения, предубеждения и риски, все необходимые для этого ресурсы имеются в распоряжении.

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

1. Аушев Э.Г. Реиндустриализация российской экономики, как необходимость для выхода из экономического кризиса [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reindustrializatsiya-rossiyskoj-ekonomiki-kak-neobhodimost-dlya-vyhoda-iz-ekonomicheskogo-krizisa/viewer>

2. Болтенко Н.Н. Реиндустриализация – это прорыв в завтра [Электронный ресурс] URL: <http://council.gov.ru/services/discussions/blogs/67563/>

3. Сухарев О.С. Реиндустриализация экономики и технологическое развитие [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reindustrializatsiya-ekonomiki-i-tehnologicheskoe-razvitiye/viewer>



4. Бодрунов С.Д. Реиндустриализация экономики как стратегический приоритет развития России [Электронный ресурс] URL: <http://eq-journal.ru/pdf/08/Бодрунов.pdf>

© Александропуло Е.В., Горский А.А., 2023

УДК 339.564.2:338.552

## НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА БЕЛОРУССКИЕ МОЛОЧНЫЕ ТОВАРЫ, ЭКСПОРТИРУЕМЫЕ В РОССИЮ

Алексеева А.В., Куранда Д.С., Сацкевич Е.А.

Научный руководитель Овечкина О.М.

*Белорусский государственный экономический университет,  
Минск, Республика Беларусь*

Уровень и эффективность развития Республики Беларусь, не располагающей многими видами необходимых ресурсов, предопределяется не только внутренними условиями, но и особенностями взаимодействия с экономиками других стран (преимущественно с экономикой Российской Федерации) посредством развития внешней торговли.

Продовольственная безопасность определена как важнейшая составляющая национальной безопасности и необходимое условие обеспечения высоких жизненных стандартов населения согласно Доктрине национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года [1]. По данным Министерства сельского хозяйства и продовольствия Беларусь занимает 23 место в мировом рейтинге продовольственной безопасности. Аналитики Международной сети фактчекинга (IFCN – International Farm Comparison Network) прогнозируют наиболее активное развитие мирового молочного рынка до 2030 года: ожидается прирост производства на 35% при росте общей численности населения планеты на 16% [2].

Ключевыми особенностями белорусского молочного рынка являются: поддержка государством сельского хозяйства и молочной промышленности, консолидированность предприятий белорусской молочной промышленности (объединение в холдинги), следование тенденциям развития мирового рынка (производство твердых сыров, переработка молочной сыворотки до 95%, производство сухого молока, сухих сливок и сухой сыворотки). Это способствует достижению уровня самообеспечения молочной продукцией в размере  $\approx 270\%$ .

Объем экспорта белорусских молочных товаров составляет 65% от производства, поставки осуществляются в 55 стран. Беларусь занимает 6%



в структуре мирового экспорта молочных продуктов: 2 место в мире по экспорту сгущенного молока, 3 место – по экспорту сливочного масла и сухой сыворотки, 4 место – по экспорту сыра, 5 место – по экспорту сухого обезжиренного молока [3].

Доля Беларуси в российском импорте молока и молочных продуктов превышает 80%, что обеспечивает 18% объема российского потребления.

Являясь ключевым импортером всех групп молочных товаров практически во всех российских регионах, белорусские товаропроизводители, в первую очередь, используют совокупность следующих позитивных условий: торговые преференции экономической интеграции, профицит внутреннего рынка, ассортимент и качество продуктов, географическую близость рынков двух стран.

Цена как денежное выражение стоимости единицы товара (услуг) является важнейшим экономическим параметром рыночной среды деятельности предприятия [4]. Расчет цены молочных товаров производится по общей формуле:  $Цена = Себестоимость + Прибыль + НДС$  (1), где базой расчета величины НДС (налога на добавленную стоимость) является сумма себестоимости и прибыли, а ставка НДС (на товары социальной значимости, в том числе молочные продукты) равна 10% [5].

С 2022 года продажа сырого молока через Белорусскую универсальную товарную биржу временно приостановлена. Белорусские производители молочных товаров проводят единое калькулирование затрат производимой продукции, поставляемой на внутренний и внешний рынки. Вместе с тем формирование плановой себестоимости продукции и включение затрат осуществляются в соответствии с Законом Республики Беларусь «О ценообразовании», постановлениями Министерства сельского хозяйства и продовольствия и Министерства антимонопольного регулирования и торговли, положениями и методическим рекомендациям по вопросам планирования, учета и калькуляции себестоимости молочной продукции Комиссии по вопросам государственного регулирования ценообразования при Совете Министров Республики Беларусь. На перерабатывающих предприятиях – производителях молочных товаров прямые затраты, включаемые в себестоимость продукции, рассчитываются по нормам, установленным руководителями предприятий, косвенные затраты – в соответствии с положениями по учетной политике предприятий, принятыми на текущий год, и нормативами действующего законодательства. Например, сырье и материалы включаются в себестоимость продукции по средневзвешенным ценам. Цена на молоко базисной жирности рассчитывается исходя из плановых заготовок сырья по сортам, по действующим ценам на заготавливаемое молоко с учетом доплат за повышенное содержание белка. Так, согласно постановлению



Министерства сельского хозяйства и продовольствия Беларуси от 2023 года, закупочные цены на сырое коровье молоко (базисного качества) находятся на уровне 0,88 белорусских рублей за 1 кг с учетом установленной надбавки к закупочным ценам на молоко сырое коровье базисной жирности, поставляемое организациям, осуществляющим переработку продукции сельского хозяйства для производства молочных продуктов, в размере 0,10 белорусских рублей за 1 кг [6].

Цены, по которым осуществляются внешнеторговые операции, могут существенно отличаться от внутренних цен, как по величине, так и по динамике изменений. Это объясняется влиянием национальных и интернациональных ценообразующих показателей, действующих в процессе реализации товаров на зарубежном рынке. Различия в ценах на одни и те же товары на зарубежных рынках обуславливаются также существенными колебаниями таможенных пошлин, налогов, транспортных расходов, условий платежа, рядом оказываемых услуг, предоставляемых производителями, и прочими составляющими.

Обоснование экспортной цены носит обязательный характер для всех субъектов хозяйствования республики: составляются плановые калькуляции с расшифровкой статей затрат согласно принятой учетной политике и рассчитываются экспортные цены по всем составляющим.

Особенностью формирования контрактной цены на молочные товары белорусского производства, поставляемые в Российскую Федерацию, является нулевая ставка НДС: согласно статье 102 Налогового кодекса Республики Беларусь, ставка налога на добавленную стоимость устанавливается в размере 0% при реализации товаров, помещенных под таможенную процедуру экспорта, а также вывезенных (без обязательств об обратном ввозе на территорию Республики Беларусь) в государства – члены Евразийского экономического союза (в том числе товаров, вывезенных по договорам (контрактам) лизинга, договорам займа, договорам (контрактам) на изготовление товаров), при условии документального подтверждения вывоза товаров за пределы территории Республики Беларусь. Основанием для применения ставки налога на добавленную стоимость в размере 0% при реализации налогоплательщиками государств – членов Евразийского экономического союза является наличие у плательщика следующих документов: договора (контракта), транспортных (товаросопроводительных) документов, заявления о ввозе товаров либо перечня заявлений о ввозе товаров и уплате косвенных налогов (представляется плательщиком в налоговый орган по месту постановки на учет одновременно с налоговой декларацией (расчетом) по налогу на добавленную стоимость) [5].

Вследствие всего вышеизложенного отпускная оптовая цена (ЦО) молочных товаров белорусских производителей российскому покупателю



рассчитывается как сумма себестоимости и прибыли производителя (без НДС):  $Ц_0 = C + П$ , (2), где  $Ц_0$  – цена отпускная оптовая производителя за единицу товара, денеж. ед.;  $C$  – себестоимость единицы продукции, денежн. ед.;  $П$  – прибыль в цене производителя за единицу товара, денежн. ед.

В издержки по производству экспортируемых товаров могут входить специально предусмотренные затраты, связанные с экспортным исполнением или дополнительными требованиями Россельхознадзора и других российских санитарно-эпидемиологических служб.

Поставка товаров в Российскую Федерацию осуществляется на условиях FCA («Free Carrier: named place», то есть «Франко перевозчик: указанное название места») Инкотермс 2020, определяющих права и обязанности сторон по контракту купли-продажи: продавец считается выполнившим свои обязательства тогда, когда товар, выпущенный в таможенном режиме экспорта, загружен на транспортное средство перевозчика, указанного покупателем в контракте, в указанном месте (где риск поставки переходит от продавца покупателю) [7]. Товары не облагаются таможенной пошлиной согласно Таможенному кодексу Евразийского экономического союза [8].

Ввиду этого контрактная цена ( $Ц_к$ ) включает (в дополнение к отпускной цене) совокупность затрат по выполнению условий поставки:  $Ц_к = C + П + T_c + Z_{T/O}$ , (3) где  $Ц_к$  – цена контрактная единицы товара, денежн. ед.;  $C$  – себестоимость единицы продукции, денежн. ед.;  $П$  – прибыль производителя в цене единицы товара, денежн. ед.;  $T_c$  – таможенный сервис (затраты на услуги таможенного оформления) в расчете на единицу товара, денежн. ед.;  $Z_{T/O}$  – затраты производителя на транспортировку и отгрузку товара в расчете на единицу товара, денежн. ед.

Определено, что доля совокупных затрат белорусских товаропроизводителей по выполнению условий поставки российским покупателям в среднем составляет 20% в контрактной цене. Так, например, в 2022 году оптово-отпускная цена с учетом поставки на условиях FCA 1 литра молока (жирности 2,5% в мягкой упаковке) составляла 1,54 белорусских рублей, 1 литра кефира (жирности 3,0% в мягкой упаковке) – 1,57 белорусских рублей, 0,3 кг сметаны (жирности 25% в мягкой упаковке) – 1,72 белорусских рублей, 1 килограмма сыра «Мааздам деЛюкс» (жирности 46%) – 15,08 белорусских рублей, 1 килограмма сыра «Пармезан деЛюкс» (жирности 45%) – 16,48 белорусских рублей [9].

Эффективность системы ценообразования предприятия на внешнем рынке во многом зависит от знания многочисленных разновидностей цен и результатов изучения влияния на цены, как отдельных факторов, так и совокупности факторов и условий рынка.





Экспортный контракт должен обеспечить получение прибыли и достижение эффективности внешнеторговой сделки. Оценка целесообразности заключения внешнеторгового контракта основывается на определении показателя эффективности экспортного контракта (ЭЭ) по формуле: 
$$\text{ЭЭ} = \frac{ВР}{С + З_{ДР}}$$
, (4), где ЭЭ – эффективность экспортного контракта;

ВР – выручка от экспорта товара; С – себестоимость продукции; ЗДР – другие затраты, связанные с экспортом.

Решение о заключении сделки принимается товаропроизводителем в том случае, если рассчитанный показатель эффективности сделки соответствует уровню или превышает среднее значение данного показателя, сложившегося по всему объему экспортной деятельности. Для того чтобы определить значения прибыли и рентабельности по заключенному экспортному контракту, необходимо использовать технику обратного счета, отталкиваясь от возможной рыночной цены внешнего рынка.

Таким образом, цена является критерием, определяющим компромисс белорусских и российских субъектов рыночных отношений, и мерой взаимодействия продавцов и покупателей: отражает интересы, как производителей в возмещении вложенных в создание товаров затрат и получении прибыли, так и потребителей в оправдании стоимости и полезности приобретенного товара. Кроме того, система ценообразования экспортируемых в Россию белорусских молочных продуктов позволяет белорусским товаропроизводителям в достижении и укреплении конкурентных позиций на рынке Российской Федерации.

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

1. Доктрина национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 15 декабря 2017 года № 962. / Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь, 22.12.2017., 5/44566.

2. Dairy Report 2022: Helping people in the dairy world to make better decisions / IFCN Dairy Data – Knowledge – Inspiration / IFCN Dairy Research Network. – URL: <https://ifcndairy.org/ifcn-products-services/dairy-report/> – Date of accept: 18.03.2023.

3. Тенденции развития молочного рынка в мире и в Беларуси // СБ Беларусь сегодня № 26554. – 2022. – 18 авг.

4. О ценообразовании: Закон Респ. Беларусь от 10.05.1999 г. № 255-3, с изм. и доп. от 11.07.2014 г. № 192-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь, 22.07.2014, № 2/2190.

5. Налоговый кодекс Республики Беларусь: Закон Респ. Беларусь от 18.10.2016 г. № 432-3, с изм. и доп. от 01.01.2018 г. // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь, 26.10.2016, 2/2430.



6. О надбавках к закупочным ценам на сельскохозяйственную продукцию в 2023 году: Постановление Министерства сельского хозяйства и продовольствия Респ. Беларуси от 16.01.2023 № 11 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь, 21.01.2023, 8/39416.

7. Инкотермс 2020 / Таможенные органы Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.customs.gov.by/ru/actual-ru/view/incoterms-2020>. – Дата доступа: 19.03.2023.

8. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза: Приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза от 11 апреля 2017 г. / Евразийская экономическая комиссия / Департамент таможенного законодательства и правоприменительной практики. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://eec.eaeunion.org/ru/act/tam\\_sotr/dep\\_tamoj\\_zak/Pages/tk\\_eaes.aspx](http://eec.eaeunion.org/ru/act/tam_sotr/dep_tamoj_zak/Pages/tk_eaes.aspx). – Дата доступа: 19.03.2023.

9. ОАО «Савушкин продукт» – холдинг SANTA / Официальный сайт. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.https://santaholding.com/savushkin-product/](http://www.santaholding.com/savushkin-product/) – Дата доступа: 20.03.2023.

© Алексеева А.В., Куранда Д.С., Сацкевич Е.А., 2023

## УДК 656.025.6

### СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СМЕШАННЫХ ПЕРЕВОЗОК

Алексеева А.Д.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Московский государственный технический университет  
гражданской авиации» (МГТУ ГА), Москва*

Организация эффективной транспортной деятельности необходима для развития промышленного комплекса Российской Федерации. В логистике выделяют шесть видов транспорта: морской, железнодорожный, автомобильный, воздушный, трубопроводный и внутренний водный [1]. На сегодняшний день существует тесное взаимодействие между такими видами транспорта, как речной – трубопроводный, воздушный – автомобильный, морской – железнодорожный и т.д.

Актуальность статьи обусловлена тем, что в связи с текущей геополитической ситуацией во всем мире произошли серьезные изменения в логистике РФ. А в частности, полное переформатирование связей, поиск новых торгово-экономических партнерств и перестроение логистических цепочек. Цель исследования: обозначить проблемы и перспективы развития мультимодальных и интермодальных перевозок в РФ с учетом текущей ситуации в мире.



При анализе транспортных перевозок нередко применяют такое понятие, как смешанная перевозка. На основании ГОСТ Р 57118-2016 «смешанная перевозка – перевозка грузов не менее чем двумя видами транспорта. При этом перевозка каждым видом транспорта осуществляется в соответствии с правилами заключения договора перевозки, действующего на данном виде транспорта» [2]. Наиболее популярными из всех видов технологий смешанных перевозок в логистике являются мультимодальные и интермодальные перевозки. Обратимся к их определениям. Согласно ГОСТ Р 57118-2016 «интермодальная перевозка – транспортно-технологическая система организации перевозок с использованием нескольких видов транспорта, при которой за перевозку интермодальной грузовой единицы несёт ответственность одно лицо (экспедитор), по единому комплекту документов и ставке тарифа, согласованной с перевозчиками, с освобождением грузоотправителя от участия в перевозочном процессе» [2]. «Мультимодальная перевозка – перевозка грузов двумя и более видами транспорта на основании договора мультимодальной перевозки из места в одной стране, где грузы поступают в ведение оператора мультимодальной перевозки, до обусловленного места доставки в другой стране» [2].

Несколько иначе (в том числе с упоминанием пассажирских перевозок) представлено определение мультимодальных перевозок в Транспортной стратегии РФ. «Мультимодальная перевозка – перевозка пассажиров или грузов несколькими видами транспорта, в том числе по единому перевозочному документу, которая организуется одним или несколькими операторами» [3]. Стоит отметить отсутствие определения интермодальной перевозки в Транспортной стратегии.

Ниже представлен процесс организации мультимодальных международных перевозок (рис. 1). Груз из пункта «А» осуществляет перевозку автомобильным транспортом до железнодорожного пункта назначения «Б», далее железнодорожным транспортом доставляется до склада клиента. Параллельно этому, клиент поддерживает коммуникацию с оператором по всем вопросам поставки, у которого был произведён заказ и заключён договор.

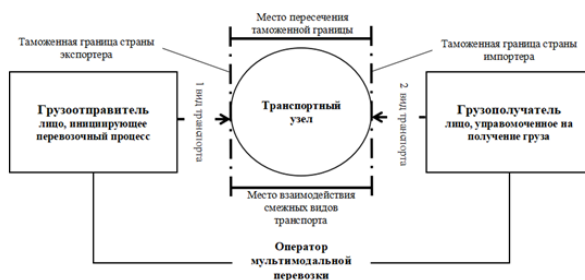


Рисунок 1 – Процесс мультимодальной перевозки

Определение мультимодальных перевозок, представленное в Транспортной стратегии РФ, отражает одну из отличительных



характеристик от интермодальных перевозок: обеспечение транспортировки в сопровождении одного документа. Целесообразно рассмотреть и другие преимущества данной технологии перевозки: обеспечение безопасности и наличие гарантии перевозки; минимальные сроки доставки; возможность снижения расходов на транспортировку.

Договор об осуществлении перевозки устанавливается только с одной организацией, соответственно, оплата происходит одному исполнителю. Отсюда следует, что наиболее выгодным вариантом осуществления перевозки для заказчика является применение мультимодальных технологий транспортировки.

Проанализируем тенденцию изменения объемов грузоперевозок в РФ за 2020-2021 гг. (рис. 2) [4].



Рисунок 2 – Количество перевезенных грузов в 2020-2021 гг. по видам транспорта (млн. тонн)

Из рис. 2. следует, что в 2021 году количество перевезенных грузов по всем видам транспорта увеличилось, кроме морского, по сравнению с 2020 годом. Также можно заметить изменение тенденции значений количества перевезенных грузов воздушного и внутреннего водного видов транспорта за 2021 год. Данную ситуацию можно охарактеризовать кризисом глобальной цепочки поставок во время эпидемии вирусом COVID-19, что вызвало рост цен и дефицит различных товаров по всему миру. Данные за 2022 г. на период подготовки статьи отсутствуют.

Увеличение количества перевезенных грузов обеспечивает рост экономики страны. Из-за отсутствия законодательства о мультимодальной транспортировке перевозить грузы в смешанной технологии является затруднительным процессом.

В мировой юридической практике и в национальном законодательстве на данный момент отсутствует единый нормативно-правовой акт, который бы включал все вопросы о реализации мультимодальной транспортировки грузов [5]. Таким образом, для каждого вида транспорта мультимодальных перевозок применяется разная нормативно-правовая база.

На основании Транспортной стратегии РФ, рассмотрим проблемы организации мультимодальных грузовых перевозок [3].



За счёт минимальной скорости, обеспечения надёжности и полноты услуг при перевозке несырьевых грузов следуют значительные избыточные совокупные издержки, которые составляют около 750 млрд. рублей в год из-за недостаточного развития мультимодальной транспортировки и несбалансированности структуры перевозки [6]. Отношение логистических издержек к валовому внутреннему продукту в РФ достигает 14,2%, что превышает среднемировое значение (11%). В 1,5-3 раза ниже уровень развития мультимодальной транспортировки для несырьевых грузов в сравнении с лучшими мировыми практиками. В 3 раза ниже доля мультимодальных перевозок резинотехнических изделий, в 2 раза ниже зерна и хлебных продуктов, в 1,5 раза товаров народного потребления [7].

Развитие мультимодальной транспортировки базируется на следующих принципах. Маршрутная сеть включает введение общих тарифных и билетных решений между видами транспорта и обеспечение координации расписаний между ними. Безопасность характеризуется внедрением гибких систем безопасности. Обеспечение комфорта пассажиров подразумевает разделение потоков пассажиров, внедрение требований к качеству обслуживания клиентов. Транспортно-пересадочный узел включает применение «умной инфраструктуры» на основе мобильности как услуги, а также интеграцию видов транспорта с отсутствием дублирующих и повторных процедур обслуживания.

Рассмотрим одну из целей Транспортной стратегии РФ на период до 2030 года: увеличение объема и скорости транзита грузов и развитие мультимодальных логистических технологий. Одним из основных целевых индикаторов с прогнозными значениями на период до 2035 года является общий объём грузовых перевозок (без учёта трубопроводного транспорта). В связи с текущей ситуацией в РФ, а именно введением санкций, стоит обратить внимание на показатель, который показывает объём перевозок во внешнеторговом обороте через пункты пропуска. Следует предположить, что значения данного показателя должны подвергаться корректировкам, так как прогноз стратегии был утвержден Правительством РФ от 2021 года. Также представляет значительный исследовательский интерес обеспечивающий индикатор, который характеризует скорость доставки несырьевых грузов на мультимодальной перевозке между всеми крупнейшими агломерациями. Так, например, по показателю общего объема грузовых перевозок за базу принят показатель 2019 г., т.к. за этот период перевозки грузов всеми видами транспорта увеличились на 1,7% по сравнению с предыдущим годом. Рост произошел за счет увеличения объемов перевозок автомобильным транспортом на 3,3% [4].

Исключительно важную роль для развития экономики РФ играет развитие пассажирских перевозок. Далее на рис. 3, на основании



Транспортной стратегии РФ, рассмотрим прогнозные значения пассажирских перевозок в дальнем сообщении по видам транспорта в консервативном и базовом сценариях [3].

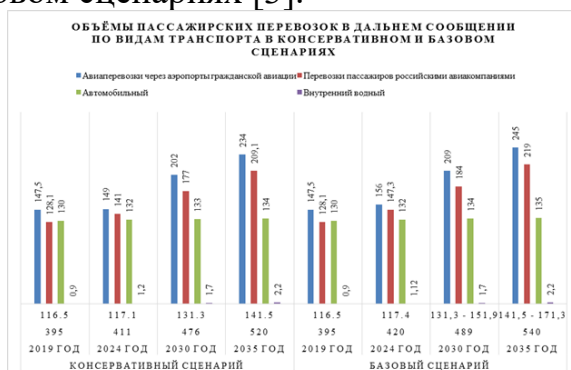


Рисунок 3 – Прогнозные значения пассажирских перевозок в дальнем сообщении по видам транспорта в консервативном и базовом сценариях

Рис. 3 даёт ясное представление, что перевозки, осуществляемые воздушным транспортом, являются доминирующими транспортировками как в настоящее время, так и в прогнозируемых результатах.

На сегодняшний день транспортная область играет одну из ключевых ролей в развитии экономики страны, а грузовые перевозки считаются привлекательными для транспортных организаций. Принятие в РФ закона о смешанных технологиях транспортировки обеспечит экономическое развитие страны, в частности, будет способствовать увеличению количества поставок, обеспечению конкурентного преимущества отечественных товаров на международном рынке, наращиванию доходов государственного бюджета ввиду высокого показателя грузопотока и пассажиропотока.

Анализ перспектив развития смешанных перевозок показал, что требуется модернизация маршрутной сети, развитие транспортно-пересадочного узла за счёт внедрения инновационных технологий для обеспечения общего комфорта пассажиров, а также совершенствование системы безопасности.

#### Список использованных источников:

1. Приказ ФТС России от 21.08.2007 N 1003 (ред. от 10.05.2018) "О классификаторах и перечнях нормативно-справочной информации, используемых для таможенных целей". Приложение N3. Классификатор видов транспорта и транспортировки товаров.

2. ГОСТ Р 57118-2016 Национальный стандарт Российской Федерации. Перевозки интермодальные. Термины и определения.

3. Транспортная стратегия Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/7enYF2uL5kFZlOOpQhLl0nUT91RjCbeR.pdf>. (Дата обращения 27.04.2023).

4. Росстат - Транспорт. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный



ресурс]. URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/PerevGruz\\_03-2023.xlsx](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/PerevGruz_03-2023.xlsx).  
(Дата обращения 28.04.2023).

5. Попова М. Л. Современное состояние, проблемы и перспективы развития интермодальных перевозок / М. Л. Попова. – Текст непосредственный // Молодой учёный. – 2022. – № 4 (399). – С. 120-122. – URL: <https://moluch.ru/archive/399/88414/> (дата обращения: 26.04.2023).

6. Мейлер Л.Е. Технологии интермодальных перевозок. [Электронный ресурс]. URL: [https://klgtu.ru/upload/education/opb/opvo/bgarf/ump/26-03-01/a21\\_Intermod\\_transp\\_tehnol\\_UP.pdf](https://klgtu.ru/upload/education/opb/opvo/bgarf/ump/26-03-01/a21_Intermod_transp_tehnol_UP.pdf). (Дата обращения 26.04.2023).

7. Лия Баймухаметова. Транспорт. Английский разбор. [Электронный ресурс]. URL: [https://ratings.ru/files/research/corps/Transport\\_margin\\_Dec2021.pdf](https://ratings.ru/files/research/corps/Transport_margin_Dec2021.pdf). (Дата обращения 26.04.2023).

© Алексеева А.Д., 2023

## УДК 338.2

### ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ЦИФРОВЫХ ДВОЙНИКОВ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Андросов А.В., Пупенцова С.В.

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

Ежегодно рынок цифровых двойников растёт. Действительно, по данным Forrester Research 55% лиц, принимающих решения в области программных технологий, уже внедряют цифровые двойники, применяя их во всех сферах – от проектирования до обслуживания [1]. Согласно исследованию «MarketsandMarkets», продолжая текущую тенденцию объем мирового рынка цифровых двойников через 5 лет достигнет отметки почти 74 млрд. долларов США. [2]. При этом 42% руководителей компаний разных отраслей понимают преимущества цифровых двойников, и 59% из них планируют внедрить их в свою деятельность к 2028 году [3].

Строительный сектор не менее других отраслей заинтересован в применении цифровых технологий. После карантина COVID-19 подрядчики сталкиваются с растущим спросом на новые объекты недвижимости со сложным утончённым дизайном для удовлетворения потребностей, связанных с модернизацией и поддержкой смешанной гибридной рабочей силы. Одной из эффективных технологий цифровизации строительной отрасли является цифровой двойник. Данная



технология используется на всех этапах строительства: планирования, составления бюджета, проектирования и строительства.

Цель исследования – выявить особенности, преимущества и проблемы использования технологии цифровых двойников для строительной организации. Задачи исследования: представить уточнённую трактовку цифрового двойника в строительной отрасли; выявить особенности использования BIM-модели и цифрового двойника строительного объекта; определить преимущества и проблемы создания цифрового двойника строительной организации. Материалы и методы решения задачи: синтез, конкретизация, сравнение.

Для начала представим уточнённую, на наш взгляд, трактовку цифрового двойника в строительной отрасли. Цифровой двойник – это цифровое представление объекта в реальном мире [5]. Принцип работы технологии заключается в том, что при помощи датчиков собираются данные и создаётся виртуальная копия объектов или процессов, отличительной особенностью которой является обладание видом и свойствами реального объекта или процесса. Цифровой двойник в строительстве – это точная цифровая копия строительного проекта или объекта: зданий, группы зданий, мостов, автомагистралей, жилых кварталов или целого города. На рис. 1 приведём классификацию использования цифровых технологий в строительной организации.



Рисунок 1 – Использование цифровых технологий в строительных организациях. Составлено авторами по данным [4]

Отметим, что применение технологии цифрового двойника в строительной организации, несмотря на рост в 2021 году на 100%, существенно отстаёт от применения других цифровых технологий. Цифровой двойник создаётся путём непрерывного сбора реальных данных о состоянии и структуре строительного объекта с датчиков, 3D-лазерных сканеров, дронов, камер и других устройств, связанных с интернетом вещей. Благодаря технологии интернета вещей и искусственного интеллекта цифровой двойник автоматически обновляет данные, отражая изменения, внесённые в реальный объект во время строительных работ. Собранные данные анализируются цифровым двойником, и делается прогноз на основании проанализированных им данных. Также цифровой двойник определяет эффективность работы инженерного оборудования и





позволяет следить за механической безопасностью здания. Так как цифровой близнец предоставляет не только информацию о физическом состоянии (например, форму, положение, жест или движение), но и информацию о других состояниях и взаимодействиях (например, нагрузки, связанные с изменением движения транспорта, ветра или протекающих труб).

ВМ-модель строительного объекта является ключевым источником информации для создания представления объекта в форме цифрового двойника. Внедрение данной технологии является первым шагом к созданию цифрового двойника. Однако технология цифрового двойника отличается от технологий ВМ-моделирования. Building Information Model фокусируется на проектировании строительства здания, в то время как цифровой двойник фокусируется на управлении взаимодействием специалистов в процессе строительства. ВМ используется для совместной работы, проектирования и строительства, а не эксплуатации и обслуживания как цифровой двойник. Также, ВМ-моделирование не используется для оперативного управления в строительстве. Цифровой двойник, наоборот, за счёт использования данных о состоянии строительного объекта в режиме реального времени позволяет оперативно управлять процессами [6].

Цифровой двойник обладает рядом преимуществ для строительных организаций. Данная технология позволяет улучшить проектную деятельность компании за счёт оперативного принятия решений. Также цифровой двойник позволяет выявить нехватку ресурсов на этапе строительства и тем самым сократить время простоев. Цифровой двойник позволяет уменьшить количество несчастных случаев во время строительства объекта, а после сдачи здания или сооружения в эксплуатацию своевременно проводить техническое обслуживание. Технология цифровых двойников позволяет моделировать инновации в применении материалов и экологических конструкций, а также помогает выявить углеродный след зданий ещё на этапе проектирования.

Однако при наличии преимуществ, которые получает строительная компания при использовании технологии цифрового двойника, существует ряд препятствий на пути ввода в работу компании данной технологии [7]: высокая стоимость оборудования и ввода технологии; использование ВМ-моделирования и неготовность замены данной технологии на цифрового двойника; низкий уровень знаний; низкий уровень принятия технологий сотрудниками; отсутствие процессов обмена данными в некоторых строительных проектах.

Несмотря на проблемы внедрения данной технологии в работу организации, технология цифровых двойников значительно повышает эффективность работы строительной компании и повышает её



экономические показатели. Использование данной технологии позволяет снизить эксплуатационные затраты на объекты недвижимости до 35% [8]. Также за счёт повышения безопасности рабочих на строительном объекте строительная организация может значительно снизить расходы на компенсацию производственных травм строителей. Цифровой двойник позволяет снизить затраты за счёт сокращения времени работ проектных команд, а также снизить производственные затраты. Сокращение расходов позволяет увеличить прибыль компании после ввода строительного объекта в эксплуатацию и получения выручки, что говорит о повышении рентабельности и маржинальности проекта. Повышая свою экономическую эффективность, строительные организации, внедряющие в свои проекты технологию цифровых двойников, могут позиционировать себя, как лидеры в строительной индустрии и получить долгосрочные конкурентные преимущества.

Внедрение технологии цифровых двойников позволяет строительным компаниям не только улучшить проектную деятельность компании, сокращать время простоев, но и способствует безопасности на объекте. Однако необходимо учитывать, что процесс внедрения технологии цифровых двойников требует значительных инвестиций в оборудование, программное обеспечение и обучение персонала. Таким образом, внедрение технологии цифровых двойников является не только вызовом, но и возможностью для строительной отрасли развиваться и стать более эффективной, конкурентоспособной и прибыльной в долгосрочной перспективе.

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

1. ЦИФРОВЫЕ ДВОЙНИКИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ: ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ // sodis lab URL: <https://www.sodislab.com/ru/blog/digitaltwins> (дата обращения: 06.05.2023).

2. Digital Twin Market Size, Share and Industry Growth Analysis Report by Enterprise, Application (Predictive Maintenance, Business optimization), Industry (Aerospace, Automotive & Transportation, Healthcare, Infrastructure, Energy & Utilities) and Geography - Global Growth Driver and Industry Forecast to 2027 // MarketsandMarkets™ URL: [https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/digital-twin-market-225269522.html?gclid=EAIAIQobChMI9Mz6wv\\_A7wIVinZgCh0gBgMFEAA YASAAEgJQI\\_D\\_BwE](https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/digital-twin-market-225269522.html?gclid=EAIAIQobChMI9Mz6wv_A7wIVinZgCh0gBgMFEAA YASAAEgJQI_D_BwE) (дата обращения: 08.05.2023).

3. Global Digital Twins Market Analysis Report 2023-2028: Substantial Market Capture Opportunity as 47% of IT Decision-makers have Not Heard of Digital Twins // yahoo!finance URL: [https://finance.yahoo.com/news/global-digital-twins-market-analysis-073300871.html?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAAEdAaZlCdK6Mp77DIpTnBaXhvCOR3](https://finance.yahoo.com/news/global-digital-twins-market-analysis-073300871.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAEdAaZlCdK6Mp77DIpTnBaXhvCOR3)



C0vTdmhU0XALD8KxcebKQ30k4DnhGI5EN\_fxz0ZG3ueDtGA80B6M81Ts  
W9B9vdvPyAPpkBAdo3Q96kzTbbJ44AQcEkNU3UpXUr41VC9DJhChkenp1r  
MeLl\_9lqYwVllbXAB9YgrPf\_I0t4S (дата обращения: 08.05.2023).

4. Индикаторы цифровой экономики: 2022 : статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневецкий, Л. М. Гохберг и др.; И60 Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : НИУ ВШЭ, 2023. – 332 с. – 300 экз. – ISBN 978-5-7598-2697-2 (в обл.).

5. Куприяновский В. П. и др. Цифровые двойники на базе развития технологий BIM, связанные онтологиями, 5G, IoT и смешанной реальностью для использования в инфраструктурных проектах и IFRABIM //International Journal of Open Information Technologies. – 2020. – Т. 8. – №. 3. – С. 55–74.

6. Крюков К. М., Шаповалов А. В. Использование технологии цифровых двойников в строительстве //Инженерный вестник Дона. – 2022. – №. 5 (89). – С. 517–525.

7. Oropku D. G. J. et al. Barriers to the Adoption of Digital Twin in the Construction Industry: A Literature Review //Informatics. – MDPI, 2023. – Т. 10. – №. 1. – С. 14.

8. Lukesh T. O. et al. Digital twin: the Age of Aquarius in construction and real estate //EY Building a Better World, (May). – 2021.

© Андросов А.В., Пупенцова С.В., 2023

УДК 336.717

## ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ: СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ И ТЕКУЩИЕ ПРОБЛЕМЫ

Анженко Я.С.

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

Стремительно развиваются в настоящее время интернет-технологии, что затронуло абсолютно все сферы общественной жизни. Финансовая сфера также не была обделена таким скорым развитием. Современные условия деятельности побуждают вводить разнообразные программные средства, способствующие улучшить обслуживание клиентуры и повысить качество банковских услуг.

Интернет-банкинг – самая популярная технология дистанционного банковского обслуживания, которая предоставляет услуги своим клиентам, способствует улучшению среды электронных транзакций, упрощает совершение покупок и различных банковских операций. «Данная услуга позволяет клиенту не зависеть от режима работы банковского учреждения,



а банку – оптимизировать процесс обслуживания и работать в едином пространстве документов» [1].

В финансовой сфере довольно высокая конкуренция, из-за чего банки стараются искать различные пути улучшения качества и плотности общения с клиентами. Например, почти все банки имеют мобильные приложения. Некоторые банки имеют даже несколько приложений: мобильный банк для физических лиц; мобильный банк для юридических лиц; узкоспециализированные продуктовые приложения (инвестиции, автокредитование, ипотека и т.д.); приложения для партнеров, сотрудников и акционеров; различные лайфстайл-приложения (обычно выпускают крупные банки) [2].

Современные коммерческие банки используют большое количество каналов для удержания старых и привлечения новых клиентов. Огромное количество банков имеют аккаунты в социальных сетях, таких как «Яндекс.Дзен», «ВКонтакте», YouTube, Telegram Messenger. Некоторые банки указывают ссылки на социальные сети на своих официальных сайтах.

За последнее время банки значительно улучшили свои приложения, и продолжают развивать их дальше. Был расширен функционал, улучшен интерфейс, повышена интенсивность работы приложений и т.д.

Появление многих функций в интернет-сервисах еще больше облегчают их использование. Одна из таких – сервис быстрых платежей (далее СБП). СБП позволяет клиенту одного банка осуществить перевод клиенту другого банка. Центральный банк России следит за тем, чтобы переводы с использованием технологии СБП в пределах суммы лимита у банков производились без комиссий.

Наиболее популярной и полезной функцией является оплата услуг в приложении, которая помогает произвести операцию в любое время.

Оплата с помощью номера телефона является очень удобным способом, который позволяет клиентам при переводе средств не вводить длинные номера карты, в которых легко можно допустить ошибку.

Также существуют в приложениях банка такие функции, как учет личных финансов. Они помогают следить за своими сбережениями, вести учет доходов и расходов, что очень удобно.

Разнообразие интернет-банкинга является широким. Однако для того, чтобы оставаться на высоком уровне следует продолжать оптимизировать услуги и внедрять инновации.

Что касается проблем интернет-банкинга, то здесь можно назвать основные, такие как низкий уровень финансовой грамотности населения и низкая степень доверия к электронному финансовому сервису, отсутствие кадров должной квалификации, «виртуальность», кибербезопасность.



Низкий уровень финансовой грамотности и низкая степень доверия. Многие люди до сих пор не понимают специфику деятельности банка и не разбираются в предлагаемых продуктах. Непонимание интернет-банкинга в основном затрагивает людей преклонного возраста, у которых в большинстве случаев нет возможности установить приложение и разобраться в такой системе.

В случае развития онлайн-сервисов у крупных банков есть все ресурсы для развития, чем не могут похвастаться маленькие региональные банки. Для развития онлайн-сервисов большинству региональных банков не хватает нужного количества опытных сотрудников, таких как программистов, веб-дизайнеров, маркетологов, системных администраторов, юристов и экономистов, особенно, в случаях наибольшей отдаленности от Центрального округа. Нужны профессионалы, которые имеют хорошую осведомленность для совершенствования интернет-сервисов банка.

Виртуальность, а именно невозможность общения с человеком – весомая причина, которая заставляет клиента расстаться с таким банком. Многие люди предпочитают общение лично. Клиентов зачастую не устраивает длительность ожидания ответов на вопросы от службы поддержки, происходит недопонимание между клиентом и оператором, клиент может неправильно объяснить проблему. Бывает, что клиентам недостаточно информации, которая представлена в приложении и т.д. «Западные эксперты говорят, что недостатком Интернет-банков является то, что благодаря «виртуальности» они не смогут целиком удовлетворять потребности клиента в общении с работниками банка и естественное «право» клиента на индивидуальный подход» [3].

Отсутствие на должном уровне кибербезопасности является наиболее распространенной причиной отказа от использования онлайн-сервисов. По оценке «Лаборатории Касперского» в мире 62% клиентов интернет-банкинга встречаются с атаками на свои онлайн-счета. Для России этот показатель еще выше – 72% [4]. Взлом личных кабинетов, снятие и перевод денежных средств очень пугают клиентов банка, в результате чего они отказываются от использования интернет-банкинга. Злоумышленники мониторят важные события в социально-экономической сфере и применяют полученную информацию для хищения денежных средств. Также потеря денежных средств связана с утечкой личных данных клиентов банка.

В развитии онлайн-сервисов и приложений интернет-банкинга множество проблем, однако, с каждым днем банковский сектор и мегарегулятор стремятся к разрешению трудностей, так как удобство и комфортность предоставления услуг, увеличение скорости принятия решений, улучшение доверия гарантируют банковскому бизнесу



процветание, тем самым дают большое количество предпосылок для повышения эффективности экономики страны.

Ряд перечисленных в исследовании проблем можно решить путем увеличения количества рекламы; проведением профессиональной переподготовки сотрудников, повышения их квалификации; обеспечением безопасности, при каждом нарушении политики безопасности проводить служебные расследования; введением улучшенной системы аутентификации.

Интернет-банкинг часто сталкивается с указанными выше проблемами, которые очень сильно влияют и на доверие клиентов, и на конкурентоспособность. В связи с этим банкам обязательно надо уделять достаточно внимания интернет-банкингу, т.к. огромное количество клиентов – активные пользователи сети Интернет, то есть банковские онлайн-сервисы – это необходимость для современного мира. Необходимо частое обновление и введение новых методов предоставления услуг для поддержания уровня среди конкурентов. Главная цель банков – принятие соответствующих мер для улучшения общей операционной среды.

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

1. Попова И. В. Сущность и перспективы развития интернет-банкинга / И. В. Попова, Я. В. Фесенко // Бюллетень науки и практики. – 2017. – № 1(14). – С. 155-158.

2. Беспалов Р. А. Современные тенденции развития интернет-банкинга и банковских экосистем в России / Р. А. Беспалов, Н. Н. Денисова, А. С. Кальченко // Управленческий учет. – 2022. – № 5-1. – С. 19-25.

3. Галузина Т. В. Интернет-банкинг в Российской Федерации: проблемы и перспективы развития / Т.В. Галузина // Материалы XI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». – URL:<https://scienceforum.ru/2019/article/2018011244?ysclid=lhkkp7pbm234520505>

4. Толстова А. З. Современные проблемы развития интернет-банкинга в России / А. З. Толстова, А. А. Кушу // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2022. – № 4-4(67). – С. 151-155.

© Анженко Я.С., 2023



УДК 330.341

## ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ КРУПНЫХ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ НА РАЗВИТИЕ ГОРОДА [НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА КАЗАНИ]

Аноховская К.А., Марварова А.Ф.

*Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП)», Казань*

В последние несколько лет за Казанью закрепилось устойчивое название спортивной столицы России. Развитая спортивная, инженерная, коммунальная инфраструктура, доставшаяся в наследство от XXVII Всемирной летней Универсиады, позволила Казани принимать такие крупные спортивные мероприятия, как чемпионат мира по водным видам спорта, чемпионат мира по футболу.

Вместе с тем, каждое мероприятие подобного масштаба требует серьезной подготовки, требующей не менее серьезного финансирования. Общие затраты на проведение Универсиады, включая пятилетнюю подготовку, по некоторым оценкам, обошлись республике и городу Казани в 228 млрд. рублей [0]. При этом на момент бюджет столицы составлял менее 20 млрд. рублей в год. Очевидно, что такие серьезные расходы собственными силами были невозможны. Поэтому проведение спортивного мероприятия мирового масштаба вынудило регион и его столицу влезть в долги. Очевидно, что Казань также много выиграла от проведения спортивных игр – получила развитую инфраструктуру, приток туристов и многое другое. В данной статье исследуются положительные и отрицательные последствия проведения крупных спортивных мероприятий с точки зрения социально-экономического развития территории.

Поскольку основные расходы город понес в связи с проведением Универсиады, именно на ней и сконцентрируем основное внимание. Право на проведение Универсиады г. Казань выиграл в 2008 году. После этого была составлена комплексная программа подготовки спортивной и городской инфраструктуры, которая предполагала развитие дорожной и транспортной сети, обновление подвижного состава, а также строительство больницы скорой медицинской помощи и телецентра, природоохранные мероприятия, вопросы безопасности. Был изучен мировой опыт, активно рассматривались новые технологии в проектировании и строительстве спортивных сооружений, объектов городской инфраструктуры [2].

За период подготовки к Универсиаде было освоено не только 228 млрд. рублей бюджетных средств, но также и привлечено частного финансирования на сумму около 80 млрд. рублей. Было построено более 30 спортивных объектов, отстроен целый студенческий городок, который в



период спортивных мероприятий превращался в гостиницу для спортсменов, построено 4 станции метро и сделано многое другое [3].

В то же время результаты от проведения Универсиады оказались не в пример скромнее. По оценке руководителя АНО «Исполнительная дирекция спортивных проектов» Азата Кадырова суммарный экономический эффект от проведения Игр составил порядка 10,8 млрд. рублей из них 6,2 млрд. рублей – прямой экономический эффект, а 4,6 млрд. рублей – косвенный [4]. Основной эффект – это прибыль предприятий сферы туризма и рекреации – гостиниц, ресторанов, транспорта. В то же время можно также отметить рост доходов поставщиков коммунальных услуг и предприятий, обслуживавших непосредственно проведение мероприятия.

Представители бизнеса в свою очередь по-разному оценивают свою выгоду от Универсиады. Так, сотовые операторы в разы увеличили продажи оборудования и трафика. Зато владельцы отелей, которые по договоренности с властями зафиксировали цены (не более чем на 10-15% выше, чем в обычный сезон), понесли убытки [5].

Наиболее существенный косвенный эффект, как уже упоминалось, был достигнут за счет развития инфраструктуры, оставшейся в пользование населению – дороги, транспортные развязки, переходные переходы, спортивные объекты, и даже новая студенческая поликлиника.

Рассмотрим экономический эффект от проведения мероприятий. В совокупности будем учитывать экономическое положение г. Казани с учетом международных спортивных соревнований, проводившихся позднее. Рассмотрим динамику экономических показателей города Казани по таким датам как: год, когда было принято решение о проведении Универсиады в Казани, сам год проведения данного мероприятия и последующий за ним год, а также ситуация города в настоящий момент (табл. 1).

Таблица 1 – Динамика финансовой обеспеченности и развития Казани, млрд. руб.

Показатель	2008	2013	2014	2022
Внутренний долг	5,79	30,22	30,19	25,03
Инвестиции	95,9	184,6	161	252,1
Валовой территориальный продукт	271,3	526,5	560	1264,8
Доходы бюджета	17,08	21,84	21,66	39,83

Анализ данных показывает сильное увеличение внутреннего долга города в 2013 году, который в первую очередь является следствием осуществления Универсиады в данном году и который в сущности лишь немного уменьшился в последующем году, а в 2022 году уже заметно некоторое снижение на 5 миллиардов, которое в соответствии с данными муниципальной долговой книги Казани [6] обосновывается снижением кредитов, полученных от кредитных организаций. И исходя из подобного





можно сказать, что внутренний долг Казани момента реализации Универсиады практически не уменьшался.

Однако в 2013 году заметно сильное увеличение инвестиций, вливающих в город Казань, которые лишь немного снизились в последующий год, и их не малое вливание в данный город и в настоящее время свидетельствует о том, что Универсиада в 2013 году не слабо поспособствовала увеличению репутации города Казани как города с хорошим инвестиционным потенциалом.

Также заметно, что в 2013 году в сравнении с 2008 ВТП увеличился практически в 2 раза и в дальнейшем продолжил свой рост, увеличившись к настоящему времени как в сравнении с 2013 г., так и в сравнении с 2014 годом, больше чем в 2 раза. Рассматривая же доходы бюджета города Казани за данные периоды можно отметить, что лишь в 2014 году, следующем за годом проведения Универсиады, заметно небольшое снижение, а с 2008 г. по 2013 г. и с 2014 г. по 2022 г. доходы показывают неплохой рост.

Рассмотрим, как позиционирование города как спортивной столицы повлияло на туристический поток (рис. 1).

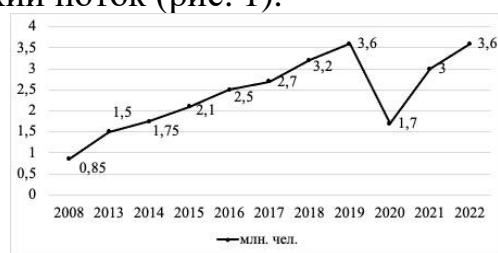


Рисунок 1 – Туристический поток города Казань

По итогу рассмотрения туристического потока города Казани за определённые даты можно отметить его не слабый рост в 2013 году и принимая во внимание то, что в последующий год туристический поток увеличился ещё на 250 тысяч, а к 2022 году достиг уже 3,6 миллионов, что показывает увеличение чуть больше чем в 2 раза в сравнении с 2014 годом и всё это свидетельствует о том, что после 2013 года город Казань стал более популярным для туристов. Также показательным является факт, что даже после проведения чемпионатов, поток туристов показывает положительный прирост. Исключение составляет 2020 год, когда в результате пандемии туристические потоки были практически парализованы.

Также можно отметить постоянный рост объемов реализации услуг в сфере туризма (рис. 2).

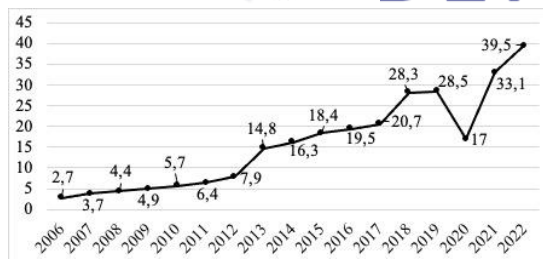


Рисунок 2 – Объем реализации услуг в сфере туризма на территории г. Казани, млрд. руб.

Отдельно затрагивая проблему долговой нагрузки города Казани появившейся в последствии реализации Универсиады и осуществления всех сопутствующих ей затрат стоит затронуть такое предложение, заявленное в 2021 году, что Татарстану спишут до 73 млрд. рублей долга по бюджетным кредитам, взятым на строительство объектов инфраструктуры и проведение Универсиады-2013 в Казани, если данные деньги направят на развитие инфраструктуры. Об этом рассказал глава Минфина республики Радик Гайзатуллин в ходе заседания бюджетного комитета в Госсовете РТ. При этом Министр уточнил, что выплату долга со сроком погашения в 2021-2024 годах в размере 17 млрд. рублей отсрочили при условии, что Татарстан направит указанные средства в развитие инфраструктуры [1].

По итогу всего вышесказанного можно заключить, что спортивные мероприятия повлияли на город Казань как в отрицательном, так и в положительном ключе. Говоря же конкретнее можно отметить, что спортивные соревнования мирового уровня положительно сказались на инвестициях, которые привлекаются в сам город, на росте валового территориального продукта города Казани.

Отрицательное влияние же однозначно можно отметить по госдолгу города Казани, который хоть по факту особо и не увеличивается, но с 2013-2014 гг. он практически и не уменьшается, что несомненно отрицательно влияет на его финансовую составляющую, однако если Республика Татарстан сможет осуществить условия для списания данного долга в соответствии с предложением заседания бюджетного комитета в Госсовете РТ, то данная проблема может быть решена, однако из-за проблематичной сущности осуществления данных условий и не самой лучшей экономической обстановки Республики на данный момент подобный выход из сложившейся ситуации крайне маловероятен, а соответственно Казани или даже всей Республике Татарстан следует лучше заняться подобным вопросом, как минимум выплачивать данный долг частями хоть как-то или же пытаться ещё каким-либо образом договориться с ЦБ РФ о снижении долговой нагрузки либо же по крайней мере в улучшении условий возврата долга.



Таким образом, как в общем подобные мероприятия могут повлиять на город, в котором они проводятся, на основании города Казани и Универсиады, которая проводилась в нём в 2013 году, можно сказать, что в сущности данные мероприятия приводят к улучшению инфраструктуры данного города, его позиций на различных рангах, улучшению заинтересованности в его инвестиционном потенциале, а также может увеличивать его туристическую привлекательность и репутацию как внутри страны, так и на мировом уровне, но стоит отметить, что подобные мероприятия также могут нести с собой и экономические проблемы решение которых может затянуться на долгие годы, однако подобное зависит в том числе и от того на основании каких средств всё это будет осуществляться (за счёт собственных средств, за счёт кредита, за счёт субсидирования со стороны государства и т.д.).

### **Список использованных источников:**

1. Хабибрахманова, Р. Р. Моделирование динамики изменения цен на рынке жилья г. Казани / Р. Р. Хабибрахманова, Р. Р. Хабибрахманов // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2015. – № 4(76). – С. 57.

2. Отчет о работе Исполнительного комитета за 2014 год: <https://kzn.ru/upload/uf/146/otchet2014.doc>

3. Котляр В. С чем осталась Казань после Универсиады-2013? Гуляем, проверяем и сравниваем с Красноярском // Интернет-газета NewsLab. – URL: <https://newslab.ru/article/878927>

4. Универсиада–2013 принесла Казани прибыль в 10,8 млрд рублей // TemaKazan.ru. – URL: <http://www.temakazan.ru/news/universiade/item/13488>

5. Казань посчитала прибыль от Универсиады-2013: <https://www.business-vector.info/kazan-poschitala-pribyl-ot-universi/>

6. Муниципальный долг Казани на 01.01.2009: <https://www.kommersant.ru/doc/1195687>

7. Гайзатуллин рассказал, при каком условии РТ спишут до 73 миллиардов рублей госдолга: <https://www.business-gazeta.ru/news/511643>

8. Итоги основных показателей социально-экономического развития муниципальных образований Республики Татарстан за 2009 год: [https://mert.tatarstan.ru/file/pub/pub\\_48312.docx](https://mert.tatarstan.ru/file/pub/pub_48312.docx)

9. Казань увеличила в 2008г валовой территориальный продукт на 5%: <https://www.interfax-russia.ru/volga/news/kazan-uvelichila-v-2008g-valovoy-territorialnyy-produkt-na-5>

10. Муниципальная долговая книга Казани на 01.01.2023: <https://kzn.ru/upload/uf/b38/Mun.dolg-na-01.01.2023.xlsx>

11. Отчет об исполнении бюджета муниципального образования города Казани за 2008 год: <file:///C:/Users/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D>



0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C/Downloads/\_3-40\_%20%D0%BE%D1%82%2029.04.2009.pdf

12. Отчет о работе Исполнительного комитета за 2013 год:  
<https://kzn.ru/upload/uf/b4c/otchet2013.doc>

13. Матушанский Г.У. Универсиада 2013 года в Казани - российский национальный проект международного уровня / Г. У. Матушанский // Вестник Казанского государственного энергетического университета. – 2010. – № 2(5). – С. 162-166.

© Аноховская К.А., Марварова А.Ф., 2023

УДК 332.622 : 658.5

## ОЦЕНКА БИЗНЕСА КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Анциферова М.И., Вахомчик А.В., Пупенцова С.В., Реченко С.С.

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

Оценка бизнеса помогает получить информацию о том, как компания работает в настоящее время, даёт представление о том, куда следует направлять бизнес, а также узнать, какие сферы деятельности необходимо улучшить, чтобы увеличить ценность. Предметом оценки, как правило, является не само имущество предприятия, а права на него.

Цель исследования – разработать рекомендации по применению инструментария оценки бизнеса при внедрении управленческих решений. Задачи исследования: обозначить причины, при которых оценка бизнеса необходима, и уровни стоимости бизнеса; разработать алгоритм выбора методов при различных подходах определения стоимости; классифицировать мероприятия по выбору наиболее эффективного варианта использования активов бизнеса. Материалы и методы решения задачи. методы анализа, синтеза, декомпозиции.

Теоретические и практические аспекты по применению инструментария оценки бизнеса при внедрении управленческих решений представлены в нормативной базе оценки, включающий Федеральный закон № 135 и федеральные стандарты оценки, обязательные к применению на территории Российской Федерации, в работах Н.А. Бухарина с соавторами [1, 7], Межовой Л.Н. [2], Алексеевой Н.С. с соавторами [3], Пупенцовой С.В. [4, 6], Ашотяна С.Г. с соавторами [4], Шабровой О.А. с соавторами [5], Озерова Е.С. [8].

Оценка бизнеса менеджером может повысить эффективность компании, определить текущую стоимость компании и ее привлекательность для потенциальных инвесторов или покупателей. При



этом учитываются отраслевые стандарты, уникальные факторы и излишние активы. Оценка бизнеса также может помочь определить, какие аспекты бизнеса нуждаются в улучшении и какие могут быть проданы или улучшены для увеличения ценности компании [1].

Несмотря на то, что основной целью оценки является подготовка бизнеса к продаже, существует множество других целей, которые делают оценку бизнеса очень важной. Вот несколько примеров-причин, по которым необходима оценка бизнеса [2]:

для объектов государственной собственности – при определении стартовой цены на приватизированных аукционах; при возникновении спора о стоимости объекта оценки;

финансирование – оценка проводится для получения кредита; при выкупе акций у отдельных акционеров; при слиянии компаний; при управлении инвестиционным потенциалом компании; для целей страхования; для налогообложения, для целей финансовой отчётности при обесценивании активов; при судебных разбирательствах и процедурах банкротства.

Представленные выше причины, как правило, определяют стоимость предприятия, как имущественного комплекса. На рис. 1. данная стоимость находится на нижнем уровне.



Рисунок 1 – Уровни стоимости бизнеса. Составлено авторами по данным [3, 4, 5]

Отметим, что при определении стоимости бизнеса необходимо учитывать не только активы и обязательства предприятия по балансу, но определить нематериальные активы (НМА), обеспечивающие бесперебойную эксплуатацию активов предприятия и приносящие регулярный денежный поток, отличный от вновь открытого предприятия (второй уровень на рис. 1). Дальнейший рост стоимости бизнеса возможен при наличии у компании нематериального актива в виде доверия покупателей, обеспечивающий спрос на данный объект выше рыночного (третий уровень на рис. 1) или гудвилла, с возможностью за счёт модернизации организационных структур или ноу-хау получать сверхприбыль (четвёртый уровень рис 1.)

Постоянный мониторинг стоимости бизнеса позволяет менеджерам компании принимать стратегические управленческие решения, способствующие длительному устойчивому росту стоимости собственного капитала компании, заложенному в концепции управления стоимостью.



Такой подход может привести к значительному увеличению текущей стоимости компании, несмотря на то что прибыль в будущем может быть неопределённой и не поддающейся прогнозированию. В работах [3-5] показано, что «эффект наращивания стоимости бизнеса за счёт управления инвестиционным потенциалом компании всегда при затратном подходе будет идентифицирован как нематериальный актив» [5].

Для того, чтобы оценить бизнес, необходимо учитывать различные сценарии его развития и возможные варианты решений относительно его будущего. Авторами [6] показано, что стоимость бизнеса, определённая различными подходами, это три точки зрения на один объект, предполагающие равенство полученного результата. Данный вывод следует из аксиомы теории оценки. При оценке бизнеса используются методы доходного, сравнительного и затратного подходов. Допустимое отклонение между результатами оценки при разных подходах допускается не более 20%. Представим алгоритм выбора методов при оценке бизнеса на рис. 2 [3, 4, 5].



Рисунок 2 – Алгоритм выбора методы при различных подходах определения стоимости бизнеса. Составлено авторами по данным [3, 4, 5]

Различают разные виды стоимости бизнеса, во главе которых стоит рыночная. В работах [6, 7, 8] показано, что принцип наиболее эффективного варианта использования является основополагающим при определении рыночной стоимости любого актива, в том числе и бизнеса.

Выбор наиболее эффективного варианта использования активов предприятия приводит к максимально возможной стоимости бизнеса, этапы данного выбора приведём на рис. 3.

Однако, чтобы получить рыночную стоимость бизнеса, необходимо проанализировать множество количественных и качественных данных, включая отчётность компании, аналогичные сделки, отраслевые показатели и многое другое. Квалифицированные специалисты также должны учитывать уникальные факторы, такие как отношения с клиентами, компенсацию руководства и избыточные активы. В итоге оценка бизнеса может быть выполнена в соответствии с едиными федеральными стандартами профессиональной оценки [5]. Отметим, что



одним из ключевых критериев успеха компании является качество ее менеджмента. При оценке бизнеса стоит обратить внимание на методы управления, квалификацию и опыт менеджеров, а также на их достижения.

Мероприятия по оптимизации денежных потоков:	<i>по увеличению восходящего потока:</i> сокращение сроков товарного кредита покупателям; введение предоплаты за продукцию с высоким спросом; предоставление скидок для продукции с низким спросом; использование краткосрочных финансовых кредитов;
<i>по увеличению восходящего потока</i>	<i>по уменьшению исходящего потока:</i> увеличение сроков товарного кредита для поставщиков; реструктуризация множественных краткосрочных займов за счет перевода их в кредиты с длительным сроком и уменьшенной ставкой; экономия расходов.
Мероприятия по снижению затрат по причине опережающего роста издержек:	– сокращение административных и накладных расходов; – внедрение организационных технологий, позволяющих сократить расход издержек на единицу изделия; – экономия на издержках за счет оптимизации связей с поставщиками;
Мероприятия по замене устаревшего оборудования из возможных стратегических подходов к управлению имуществом	– при кризисном состоянии – пассивное сохранение имущества (сокращение объемов производства, уменьшение расходов, упрощение ассортимента, консервация основных фондов, высвобождение имущества под передачу в аренду); – при предкризисном состоянии – активное сохранение имущества (частичное обновление ассортимента, поиск новых ниш на рынке, усовершенствование системы управления и технологий производства, модернизация технологического парка оборудования).
Мероприятия по выбору эффективного варианта использования непрофильных активов	– для земельного участка как условно свободного рассчитать рыночную стоимость земли методом предполагаемого использования, МПШ; – для земельного участка с существующими улучшениями рассчитать стоимость объекта методом дисконтирования денежных с детальной обоснованном денежных потоков, их изменения и нормы отдачи на капитал; – для всех непрофильных активов учитывать неопределенность исходных данных и оценивать относительную погрешность ожидаемой стоимости.

Рисунок 3 – Классификация мероприятий по выбору наиболее эффективного варианта использования активов бизнеса. Составлено авторами по данным [6, 7, 8]

Многие предприниматели уклоняются от процесса оценки своего бизнеса, опасаясь неприятных сюрпризов. Однако, этот процесс может быть полезен, поскольку он позволяет выявить области, которые снижают стоимость, такие как слабый контроль за финансами и бухгалтерией, неэффективные активы и более низкие операционные коэффициенты по сравнению с конкурентами. Более того, процесс оценки может помочь выявить сильные и слабые стороны компании, что может помочь её развитию в будущем. Процесс оценки представлен в [9] и состоит из пяти основных этапов: согласования технического задания на оценку; сбор и анализ необходимой для оценки бизнеса информации; расчёт стоимости согласно выбранному методу оценки, руководство по выбору приведено на рис. 2; согласование промежуточных результатов, полученных при применяемых подходах; составление итогового отчёта.

Определение рыночной стоимости предприятия позволяет выявить сильные и слабые стороны бизнеса, а также оценить его рыночную конкурентоспособность и потенциал роста. Такая оценка помогает выработать стратегию развития компании и принять взвешенные решения по поводу инвестиций, маркетинговых кампаний и других ключевых аспектов бизнеса. Очевидно, что высокие результаты компании в значительной степени зависят от качества её менеджеров.

#### Список использованных источников:

1. Оценка и управление стоимостью бизнеса : Учебное пособие / Н.А. Бухарин, Е.С. Озеров, С.В. Пупенцова, О.А. Шаброва; Под общей редакцией Е.С. Озерова. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное



автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2011. – 238 с. – EDN VNWOUT.

2. Межова Л.Н. Повышение точности оценки бизнеса путем синтеза различных методик оценивания / Л.Н. Межова // Развитие управленческого консалтинга в регионах: сборник научных статей по материалам II Международной научно-практической конференции. - Барнаул: Азбука, 2015. – С.124–129.

3. Алексеева Н.С. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) : учебное пособие / Н.С. Алексеева, Н.А. Бухарин, С.В. Пупенцова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. Том Часть 1. – Санкт-Петербург : Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2011. – 195 с. – ISBN 978-5-7422-3201-8. – EDN QVCSYRB.

4. Пупенцова С.В. Оценка инновационного наращивания стоимости компании / С.В. Пупенцова // Новая экономическая реальность, кластерные инициативы и развитие промышленности (ИНПРОМ-2016) : Труды международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 19–26 мая 2016 года / под ред. А.В. Бабкина. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2016. – С. 524-530. – EDN WGKRHR.

5. Ашотян С.Г. Влияние деловой репутации на оценку конкурентных преимуществ предприятия в условиях неопределенности и риска / С.Г. Ашотян, С.В. Пупенцова // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2020. – № 3(41). – С. 9-14. – DOI 10.18324/2224-1833-2020-3-9-14. – EDN WJWWMC.

5. Шаброва О.А. Условия выполнения аксиомы равенства результатов при определении стоимости активов / О.А. Шаброва, С.В. Пупенцова, Н.С. Алексеева // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 1(78). – С. 906-913. – EDN TCQJLV.

6. Пупенцова С.В. Выбор эффективного варианта использования активов в системе корпоративного управления / С.В. Пупенцова // *π-Economy*. – 2022. – Т. 15, № 1. – С. 80-93. – DOI 10.18721/IE.15106. – EDN XXEZLJ.

7. Бухарин Н.А., Озеров Е.С., Пупенцова С.В. Нормативное обеспечение оценочной деятельности: учеб.-метод. пособие. – СПб: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. – 526 с

8. Озеров Е.С. О принципе наилучшего и наиболее эффективного использования объекта оценки // Вопросы оценки. 2009. № 3. С. 53-56.





9. Федеральный стандарт оценки «Процесс оценки (ФСО III)» // Приложение № 3 к приказу Минэкономразвития России от «14» апреля 2022 г. № 200

© Анциферова М.И., Вахомчик А.В.,  
Пупенцова С.В., Реченко С.С., 2023

УДК 65.015.3

## СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПЕРСОНАЛ ОРГАНИЗАЦИИ

Апанасик П.И., Наварко А.С.

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

В современных условиях развития организаций совершенствование системы управления персоналом является одной из наиболее существенных задач любой организации. Правильно разработанная система управления способна значительно повысить эффективность деятельности организации.

Актуальность работы обусловлена тем, что результат деятельности трудовых коллективов оказывается итогом сложных производственных и социально-психологических взаимоотношений внутри коллектива. Именно в случае умелого применения социально-психологических средств, возможно достижение гарантированного устойчивого эффекта от применения всех других средств воздействия на производство. Зная особенности поведения, характера каждого отдельного человека, можно прогнозировать его поведение в нужном для коллектива направлении.

В зависимости от источника выделяют различные методы управления персоналом. Так, например, Дегтяренко Е.А. выделяет следующие группы методов воздействия на персонал организации: административные (основаны на власти, взыскании и дисциплине), экономические (базируются на правильном использовании экономических законов) и социально-психологические (основаны на способах мотивации и моральном воздействии на людей) [1].

Стоит отметить, что особый интерес представляет социально-психологическая группа методов управления персоналом. Опыт отечественных и зарубежных организаций показывает, что социально-психологические методы управления играют ключевую роль, так как они включают в себе источники роста производительности труда на основе использования резервов личности и коллектива: умений и знаний персонала, его сознательности, инициативности, целевой ориентации и социальных интересов. Однако, одной из особенностей руководителей



некоторых организаций в процессе управления является частое отсутствие внимания к сотруднику и недостаточное умение применять методы морального поощрения и признания.

Социально-психологические методы являются способами осуществления управленческого влияния на персонал, базирующимися на использовании закономерностей социологии и психологии. Объектом воздействия этих методов выступают группы людей и отдельные личности. По масштабу и способам влияния эти методы можно разделить на две основные группы [2]:

социологические методы, призванные воздействовать на весь коллектив (социальное планирование, создание оптимального психологического климата, изучение общественного мнения и др.);

психологические методы, призванные воздействовать на отдельных работников (методы психологического отбора, изучения и оценки кадров и т.д.).

Главная особенность вышеперечисленных методов воздействия на персонал – использование в своих целях различных неформальных факторов или интересов отдельных личностей либо всего коллектива. Так, на успешное выполнение задач организации влияют такие факторы, как мышление, воображение, психическое и эмоциональное состояние работника. Данные приемы и способы социально-психологического воздействия во многом определяются подготовленностью руководителя, его компетентностью, организаторскими способностями и знаниями в области социальной психологии.

Для рассмотрения применения социально-психологических методов воздействия на персонал в современных условиях за основу было взято ЗАО «Амкодор-Пинск», являющееся частью машиностроительного комплекса Республики Беларусь, а также выполняющее задачи, характерные для машиностроительной отрасли Республики Беларусь [3].

Применение социально-психологических методов воздействия в ЗАО «Амкодор-Пинск» играет важную роль в управлении персоналом, данные методы позволяют установить назначение и место сотрудников в коллективе, выявить лидеров и обеспечить их поддержку, связать мотивацию людей с конечными результатами производства, обеспечить эффективные коммуникации и разрешение конфликтов в коллективе. Для описания основных элементов социально-психологических методов управления в организации, необходимо отметить, что в коллективном договоре ЗАО «Амкодор-Пинск» предусмотрены разнообразные социальные льготы и гарантии, социальные программы и программы помощи работникам, что привлекает и удерживает наиболее ценные кадры, способствует укреплению лояльного отношения работников к организации, достижению её целей. В коллективном договоре закреплён



следующий пакет социальных льгот и гарантий работникам ЗАО «Амкодор-Пинск» [4]:

дополнительные выплаты к выплатам из средств фонда социального страхования: пособия по временной нетрудоспособности, беременности и родам, при рождении ребенка, по уходу за ребенком до достижения им возраста полутора лет, предоставление путевок в санатории персоналу, работающему во вредных условиях труда;

оказание материальной помощи: в виде частичной оплаты путевок в санатории, в связи с тяжелым финансовым положением, в связи со смертью ближайших родственников и т.д.;

обеспечение отдыха работников организации: для санаторно-курортного оздоровления работников организации приобретаются путевки в санатории;

медицинское обслуживание: часть мероприятий социальной политики организации реализуется в рамках комплексной программы «Здоровье», предусматривающей снижение уровня заболеваемости работников ЗАО «Амкодор-Пинск». Она охватывает множество направлений: повышение качества медицинских услуг, профилактическую работу по предупреждению заболеваний через здравпункты и поликлинику, вакцинацию, обеспечение реализации мероприятий по снижению негативного влияния условий труда и характера трудового процесса на здоровье работающих;

организация досуга работников: для проведения корпоративных мероприятий (торжественных вечеров, праздников, конкурсов, юбилеев, семейных вечеров, спортивных мероприятий) организация заключает договоры на проведение коллективных мероприятий и спортивных соревнований.

При изучении используемых в ЗАО «Амкодор-Пинск» форм поощрения, можно разделить их на несколько групп. Первая – ценные подарки, моральные поощрения (благодарности, почетные грамоты), отгулы и дополнительные отпуска. Вторая группа – отображение портрета наиболее отличившихся сотрудников на доске почета, награждение памятными значками. Третья группа предоставляет возможность организации продавать сотрудникам акции.

Таким образом, анализируя использование социально-психологических методов воздействия на персонал ЗАО «Амкодор-Пинск», необходимо отметить, что важным условием успешности стратегии стимулирования является, в первую очередь, открытость и доверительность в отношениях между руководством и работниками организации: постоянное и точное информирование о производственно-экономической ситуации, складывающейся в организации, об изменениях



в соответствующих секторах рынка, об ожидаемых перспективах, намечаемых действиях, успешности их реализации.

В ходе изучения общедоступных источников и опросов, а также их исследования, было выявлено, что социальная политика, основанная на принципах, изложенных в коллективном договоре ЗАО «Амкодор-Пинск», призвана способствовать формированию позитивного общественного мнения об организации. Анализ положений коллективного договора ЗАО «Амкодор-Пинск» выявил, что социальные мероприятия, разработанные в организации, охватывают многие аспекты социального развития её коллектива. Однако, в ходе проведения опросов был выявлен низкий уровень удовлетворенности сотрудников такими факторами работы, как заработная плата и стиль управления. Также было отмечено, что в ЗАО «Амкодор-Пинск» на настоящий момент личности человека уделяется недостаточно внимания, в то время как продвижение социально-психологических методов требуют современные тенденции развития организации и общества. Работа с персоналом ведется на недостаточно высоком уровне и необходимы меры, которые позволят изменить ситуацию [4].

Развитие влияния и повышения эффективности работы руководителя, во многом зависит от его роли в коллективе организации. Для совершенствования взаимодействия всех звеньев управления в ЗАО «Амкодор-Пинск» актуальными решениями могут выступить следующие.

Консультации руководящих кадров с сотрудниками. Как правило, работники организации лучше реагируют на затрагивающие их решения, если с ними заранее советуется. Консультации предполагают наличие уважения к достоинству отдельного человека, а также ослабляют сопротивление переменам со стороны неформальной организации.

Создание в организации условий, предупреждающих и исключающих конфликтные ситуации. Стимулирование позитивных последствий конфликтов позволит обеспечить высокую эффективность функционирования системы управления в организации, поддержание благоприятного психологического климата в трудовом коллективе.

Таким образом, обобщая изложенную информацию, можно сделать вывод, что внедрение предложенных социально-психологических мероприятий в сочетании с совершенствованием административных и экономических методов управления позволит повысить заинтересованность сотрудников в результатах своего труда и эффективность всей системы управления организацией в целом.

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

1. Дегтяренко, Е.А. Управление персоналом как ключевая роль в развитии бизнеса предприятия / Е.А. Дегтяренко, Д.О. Труфанова, В.И.



Рой // Новая наука: Стратегии и векторы развития. – 2017. – Т.1. – № 4. – С. 71–74.

2. Методы управления персоналом [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://moodle.kstu.ru/mod/book/view.php?id=18979&chapterid=3744>. – Дата доступа: 25.04.2023.

3. ЗАО "Амкодор-Пинск" - Производитель техники. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://amkodor-pinsk.by/>. – Дата доступа: 25.04.2023.

4. Социально-психологические методы управления, их развитие и значение в современных условиях (на примере ЗАО «Амкодор-Пинск») [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=824500>. – Дата доступа: 25.04.2023.

© Апанасик П.И., Наварко А.С., 2023

УДК 330.15

## НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ

### THE PRESENT AND FUTURE OF ALTERNATIVE ENERGY

Артёмова М.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)», Москва*

Environmental problems and climate change have become one of the most pressing issues for humanity today. The use of renewable energy resources (alternative energy) is one of the ways that can help reduce dependence on oil and gas, reduce greenhouse gas emissions, and protect the environment.

The goal of this article is to analyze the current state of the alternative energy market and assess its contribution to solving climate change problems, as well as to forecast the prospects for the development of this industry. To achieve this goal, the following tasks are set: to review the production and share of different types of alternative energy in some countries; to analyze current problems and obstacles that different countries face in transitioning to alternative energy; to assess the prospects for the development of alternative energy based on technological and economic trends, as well as political support and government actions in regulation.

The state of alternative energy around the world continues to develop, and the share of renewable energy sources (RES) in the global energy balance was 11.1% in 2021, according to the International Renewable Energy Agency (IRENA) materials published in April 2022. The most common RES technologies are wind energy, solar energy, hydro energy, geothermal energy,





and biomass. China, Germany, the United States, and Canada are in the leading positions in the development of alternative energy.

According to the IRENA report for 2021, China ranks first in the global alternative energy market, with an installed renewable energy capacity of about 895 GW. Moreover, there are a large number of solar panel manufacturers in China, indicating a high potential for solar energy. It is also worth noting that investment in alternative energy in this country is decreasing year by year, which may indicate that this market is becoming more competitive and attractive to investors.

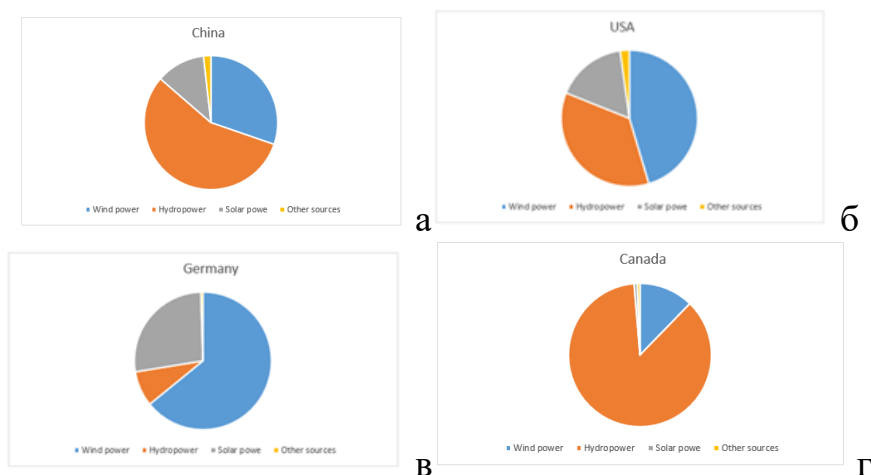


Рисунок 1 – Доли возобновляемой энергии в производстве электроэнергии: а) в Китае [2]; б) в США [3]; в) в Германии [4]; г) в Канаде [5]

The United States is the second largest alternative energy market in the world with a total installed capacity of 282 GW by the end of 2020. This includes 122 GW of wind energy and 97 GW of solar energy. The share of renewable energy in the total electricity production in the US is about 20%.

In 2021, Germany ranked third in terms of installed solar panel capacity, which exceeded 50 GW. The share of renewable energy in the total electricity production is about 50%. The German government plans to completely phase out coal use by 2038.

Canada, as mentioned earlier, is also one of the leading countries in the development of alternative energy. According to statistics, Canada is the largest producer of hydroelectric power in the world, with a total installed capacity of over 80 GW. The country is also actively developing wind energy, with a total installed capacity of more than 14 GW. The share of renewable energy in the total electricity production is about 67%. The Canadian government plans to increase the share of alternative energy to 90% by 2030.

Each of these countries faces unique challenges in transitioning to alternative energy: China - lack of infrastructure, energy storage issues, and high costs; the United States - political instability, low oil and gas prices, and underdeveloped infrastructure; Germany - high production costs, storage and



integration issues for renewable energy sources; Canada - lack of investment, low oil and gas prices, and problems accessing energy transmission networks. To address these challenges, investments in infrastructure and transmission networks are needed, as well as creating a more favorable economic model, increasing government support through subsidies and tax breaks. Encouraging the use of solar, wind, hydro and geothermal energy and applying energy-saving technologies can also help improve the environmental situation and reduce energy costs in advanced countries in this sector and in countries that are still lagging behind in the development of alternative energy.

As of 2021, the share of renewable energy sources in Russia's total energy consumption is less than 1%, due to a number of obstacles such as high investment costs, legislative barriers, and underdeveloped infrastructure. Despite this, Russia has enormous potential for producing alternative energy, especially in the areas of hydropower and wind power.

The prospects for the development of alternative energy are very promising. Every year, renewable energy sources become more accessible and affordable. Significant efforts are required in the areas of scientific research, technological development, infrastructure, and legal regulation to achieve a complete replacement of fossil fuels with renewable energy sources. However, thanks to the efforts of many countries, we can already see significant progress in this area.

According to reports from the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), renewable energy sources could provide up to 80% of global energy consumption by 2050. The transition to renewable energy sources is not a quick or easy process. It will require significant efforts and time to overcome technical, economic, and political obstacles.

However, if we continue to move in this direction, we can create a more sustainable, environmentally friendly, and secure energy system for future generations.

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

1. Международное агентство по возобновляемым источникам энергии (IRENA). Renewable Energy Statistics 2021. URL: <https://www.irena.org/publications/2021/Aug/Renewable-energy-statistics-2021> (дата обращения: 08.05.2023).

2. Международное агентство по возобновляемым источникам энергии (IRENA). Renewable Capacity Statistics 2021. URL: <https://www.irena.org/publications/2021/March/Renewable-Capacity-Statistics-2021> (дата обращения: 10.05.2023).

3. U.S. Energy Information Administration. "Electricity Data Browser" (2021): URL: <https://www.eia.gov/electricity/data/browser/> (дата обращения: 10.05.2023).





4. BDEW Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft e.V. Die Energieversorgung 2021 – Jahresbericht. URL: [https://www.bdew.de/media/documents/Jahresbericht\\_2021\\_UPDATE\\_Juni\\_2022.pdf](https://www.bdew.de/media/documents/Jahresbericht_2021_UPDATE_Juni_2022.pdf) (дата обращения: 10.05.2023).

5. Distribution of electricity generation in Canada in 2021, by renewable source. URL: <https://www.statista.com/statistics/1301792/canada-distribution-of-electricity-production-by-renewable-source/> (дата обращения: 10.05.2023).

© Артёмова М.А., 2023

УДК 336.71

## АНАЛИЗ ДЕПОЗИТНЫХ ОПЕРАЦИЙ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Аругтюнян А.А., Зернова Л.Е.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Основным источником банковских ресурсов являются привлеченные средства, а основную долю в привлеченных ресурсах большинства коммерческих банков занимают депозиты. Именно на основе депозитных операций коммерческих банков образуется большая часть их ресурсов, используемых для краткосрочного и долгосрочного кредитования физических и юридических лиц. Депозит является первичной составляющей дефиниции «депозитная политика» – то, ради чего банк осуществляет депозитную деятельность и посредством появления которого возможен депозитный процесс, т.е. последовательно осуществляемые действия персоналом банка по привлечению денежных средств на депозитные счета [1, 2, 3, 4].

На данный момент существуют различные виды депозитных операций, и каждый банк старается разработать и внедрить новый вид, чтобы заинтересовать потенциальных вкладчиков и выдержать конкуренцию среди других банков. Кроме того коммерческие банки стремятся осуществлять реализацию эффективной депозитной политики, которая бы учитывала интересы и права клиентов и стараются быстро реагировать на изменяющиеся условия в банковской сфере, связанные с депозитной политикой [5, 6].

Конечной целью выработки и реализации эффективной депозитной политики любого коммерческого банка является увеличение объема ресурсной базы при минимизации расходов банка и поддержании необходимого уровня ликвидности с учетом всех видов рисков [7, 8].

Цель анализа депозитных операций – выявить резервы роста эффективности депозитных операций банка и, как следствие,





сформулировать рекомендации по проведению эффективной депозитной политики. При этом депозитная политика представляет собой индивидуальный продукт, разрабатываемый каждым банком с учетом макроэкономических тенденций и условий функционирования банка.

Анализ эффективности проведения депозитных операций коммерческого банка целесообразно проводить в несколько этапов.

На первом этапе необходимо рассмотреть состав, структуру и динамику депозитов. Рассматривают сроки размещения депозитов, виды валюты депозитов, виды вкладчиков, формы депозитов. Второй этап подразумевает оценку движения денежных средств в депозитах. Целью данного этапа анализа является обоснование управленческих решений, которые направлены на увеличение эффективности использования депозитных средств клиентов. Третий этап анализа необходим для изучения влияния факторов на динамику изменения суммы процентных расходов по депозитным операциям. На четвертом этапе уже непосредственно осуществляется оценка эффективности использования депозитных средств.

Средства привлеченных ресурсов на счетах юридических лиц банка являются одним из нестабильных элементов депозитной базы, поэтому их высокая доля в структуре депозитного портфеля ослабляет ликвидность банка и не позволяет банку проводить высоко прибыльные операции. Однако увеличение доли этого элемента в общем объеме привлеченных ресурсов снижает процентные расходы банка.

Учитывая опыт российских банков, оптимальный уровень средств на счетах юридических лиц должен составлять около 30%.

Для более точной характеристики депозитной базы необходимо определить стабильную часть депозитов, поскольку банки постоянно заняты определением той их части, которая может быть использована для кредитования без риска для ликвидности. Стабильная часть депозитов включает в себя срочные депозиты и часть депозитов до востребования.

Срочные депозиты, срок погашения которых заранее известен, являются наиболее устойчивым и легко планируемым ресурсом. Именно они должны составлять основу для развития активных операций. Однако срочные вклады являются относительно дорогими, что заставляет банки использовать менее доходные, но более рискованные вклады до востребования и средства на счетах.

Особенностью депозитной политики банка должно стать активное использование ценовых методов конкуренции и ограниченное использование неценовых методов привлечения вкладчиков. Однако, используя лишь ценовые параметры депозитного продукта, банк излишне завышает процентные ставки в ущерб ликвидности. Поэтому в условиях конкуренции за небольшие по объему финансовые ресурсы для повышения



конкурентоспособности своих депозитных продуктов банку следует шире использовать неценовые параметры депозитного продукта. При этом каждое конкурентное преимущество банка, каждый новый продукт, предлагаемый клиентам, должны быть известны и понятны, легко сравнимы, а также призваны выгодно отличаться от предложений конкурентов.

Таким образом, коммерческим банкам необходимо разрабатывать системные подходы к рекламной политике, что сделает ее эффективным инструментом формирования клиентской базы. Конкретный вариант повышения конкурентоспособности определяется индивидуальной стратегией коммерческого банка по созданию депозитного продукта.

К числу основных видов конкурентных стратегий можно отнести:

стратегию стандартизации депозитного продукта (снижение себестоимости, управление затратами), что позволит за счет уменьшения расходов банка снизить уровень цены на депозитный продукт;

стратегию индивидуализации депозитного продукта (повышение потребительской ценности, дифференциация), которая основана на повышении уровня неценовых параметров в соответствии с предпочтениями конкретного клиента. Эта стратегия предполагает активное взаимодействие между банком и клиентом.

Каждая из стратегий может быть реализована путем изменения одной группы параметров (ценовой или неценовой) или за счет непропорционального изменения уровня всех параметров.

Неудачный выбор стратегии может привести к потере банком клиентской базы или к упрощенной выгоде при определении цены на депозитный продукт. Поэтому выбор конкурентной стратегии производства депозитного продукта должен базироваться на определенной методологии.

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

1. Зернова Л.Е. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА // Международный научно-исследовательский журнал. - 2021.- №1-4 (103).- с. 9-12.

2. Зернова Л.Е. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ // Международный научно-исследовательский журнал. - 2021.-№2-2 (104). - с. 45-50.

3. Зернова Л.Е. ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА // Modern Science. - 2021. - № 1-1. - с. 53-57.

4. Зернова Л.Е. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДЕПОЗИТНУЮ ПОЛИТИКУ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА // Вектор экономики. - 2021. - № 1 (55). - с. 28.



5. Курочкин К.А., Зернова Л.Е. УПРАВЛЕНИЕ ДЕПОЗИТНЫМИ ОПЕРАЦИЯМИ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ // 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. 118-121.

6. Курочкин К.А., Зернова Л.Е. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДЕПОЗИТНУЮ ПОЛИТИКУ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2019). - 2019. - с. 222-225.

7. Арутюнян А.А., Зернова Л.Е. Депозитные операции банка и их классификация // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2022). - 2022. - с. 39-44.

8. Арутюнян А.А., Зернова Л.Е. Депозитная политика коммерческого банка и ее особенности // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2022)» - 2022. - с. 17-21

© Арутюнян А.А., Зернова Л.Е., 2023

УДК 336.7

## ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Асанов К.Э.

Научный руководитель Зернова Л.Е.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

В настоящее время банки уделяют недостаточно внимания вопросу удержания клиентов и готовы тратить большие средства на привлечение новых клиентов, что обходится им значительно дороже, чем повышение лояльности существующих. Удержание и повышение лояльности существующих клиентов должно стать приоритетным направлением ежедневной деятельности банка [1, 2, 3].



Условия по продуктам практически во всех банках одинаковые, поэтому одним из основных критериев при выборе банка является его клиентоориентированная политика. В настоящее время в условиях санкций и жесткой конкуренции банки прилагают еще больше усилий для сохранения лояльности клиентов. Клиенты стали более осторожны и недоверчивы. Стало сложно их привлекать и еще сложнее – удержать. Следовательно, в данном случае решающую роль играет компетентно сформированный подход к клиенту, которому важно понимать, что он не просто получает обслуживание – он закрывает свои финансовые потребности максимально комфортно и выгодно. Оценив значимость эффективного взаимодействия с банком, клиент становится лояльным. Практика показывает, что лояльный клиент приведет трех новых, нелояльный – уведет пятерых.

Лояльность клиентов к банку в современном понимании представляет собой положительное отношение потребителей ко всему, что касается деятельности банка: оказываемым банковским услугам, персоналу, имиджу, исходящей от банка информации, рекламным обращениям, символике и т.п., а также как готовность рекомендовать его своим друзьям и знакомым. Лояльными можно назвать тех потребителей, которые в течение длительного времени взаимодействуют с банком и постоянно обслуживаются только в нем. Основой для лояльности служит позитивный опыт, который клиент приобрел в процессе пользования банковским продуктом, услугой [4, 5].

На формирование у клиентов лояльности к банку оказывает влияние множество факторов, в первую очередь – удовлетворенность различными аспектами сотрудничества с банком, которая является необходимым условием для формирования лояльности. Таким образом, забота об удовлетворенности клиентов ведет не только к стабильной клиентской базе, но и к ее расширению.

Стоит отметить, что подходы к формированию лояльности физических и юридических лиц значительно различаются. Поэтому даже в рамках программ, базирующихся преимущественно на материальном поощрении, нужно выделять различные подходы к формированию лояльности двух основных потребительских аудиторий банковского сектора – юридических и физических лиц.

В основе банковских программ лояльности розничных клиентов лежат два основных принципа поощрения: предоставление скидок и начисление бонусных баллов (возможна их комбинация). Программы лояльности в банковской сфере могут осуществляться за счет применения коалиционной и кобрендинговой моделей, а также за счет предоставления банком возможности накопления бонусов при оплате товаров и услуг не в



определенных магазинах из специального списка, а только за использование конкретной банковской карты при безналичных расчетах.

Но в то же время необходимо учесть, что программы лояльности – это инструмент краткосрочного стимулирования сбыта. Практика показывает, что, как любая технология сама по себе, она приносит финансовым учреждениям лишь кратковременные результаты. Благодаря акциям лояльности продажи действительно повышаются, но этот рост длится ровно столько времени, сколько длится акция. Еще один важный нюанс: если программа лояльности того или иного банка первой появляется на рынке, это действительно может стать фактором успеха. Но чем больше банковских учреждений используют программы лояльности, тем больше «маркетинговый» шум и меньше отдача от каждой конкретно взятой акции. Это вовсе не означает, что программы лояльности не работают.

Не стоит забывать о нематериальном поощрении клиентов банка. Несмотря на то, что бонусные программы являются примером удачного совмещения ценового и неценового стимулирования, их потенциал редко используется в полной мере. Информация, собранная с помощью подобных программ, ценна для любой компании, в том числе и для банка, поскольку дает возможность целенаправленно осуществлять маркетинг, пользуясь таким конкурентным преимуществом, как знание предпочтений и особенностей поведения потребителей.

Программы лояльности ориентируются на взаимовыгодные долгосрочные отношения между банком и его клиентами. Для этого требуется использовать «тонкие» механизмы воздействия. Лояльность, которая базируется только на программах скидок, в конце концов, приведет к плачевным результатам. Необходимо использовать все существующие методы удержания клиента: учитывать особенности каждого потребителя, предугадывать его потребности, предлагать то, что его, скорее всего, заинтересует.

Действия большинства банков нацелены на построение лояльности на основе чисто экономических стимулов – с помощью скидок, бонусов или иных льгот. Но этого недостаточно, так как если кроме более выгодной цены клиента ничто в банке не удерживает, клиенты, привыкшие к своим ценовым предпочтениям, могут покинуть банк, если появится более привлекательное ценовое предложение у конкурентов.

Основной задачей ближайшего времени является воспитание клиента, который пользуется услугами одного банка. Наиболее сложным является построение таких взаимоотношений с клиентом, чтобы он почувствовал себя причастным к жизни банка. Необходимо появление ощущения, что в банке помнят и ждут именно его.



Любой посетитель банка хочет почувствовать себя необычным клиентом для избранного им банка. Удовлетворение этой потребности приводит к переходу его на более высокий уровень лояльности. При этом важность объективных критериев для клиента снижается, и повышается значимость удовлетворения субъективных потребностей, таких, как желание испытать приятные эмоции от процесса приобретения услуги, принять участие в каких-либо интересных программах.

Наивысшим уровнем является удовлетворение потребности в личном дружеском общении. Эмоциональная связь клиента с банком, если она будет установлена, переведет его на такой уровень лояльности, при котором значимость объективных факторов существенно снижается. Отношения, сложившиеся между лояльным клиентом и банком, в данном случае практически невозможно разрушить, как и отношения двух старинных друзей.

При переходе на более высокий уровень лояльности снижается вероятность потери клиента. Но, следует иметь в виду, что поддержание лояльности клиента на высоком уровне требует и более высоких затрат. С другой стороны, самые лояльные клиенты выступают носителями позитивной информации о банке и активно привлекают людей из своего окружения на сторону предпочитаемого ими банка, являясь сверхэффективным рекламным инструментом. Однако, выстраивая подобные отношения с клиентом, нельзя забывать, что обманутый клиент может стать источником распространения негативной информации.

Обслуживание клиентов может быть инструментом, определяющим и удовлетворяющим высшую потребность клиентов. Вместо источника затрат оно может превратиться в источник прибыли.

Таким образом, для того чтобы успешно осуществлять свою деятельность на рынке, игрокам в банковском секторе необходимо сделать все возможное для создания устойчивой потребительской базы. От того, насколько лоялен потребитель по отношению к банку, во многом будут зависеть объемы продаж, а значит, и эффективность деятельности банка. Для повышения уровня лояльных потребителей современным банкам рекомендуется уделить внимание ряду проблемных аспектов, таких как качество и быстрота обслуживания, степень доброжелательности персонала, разработка масштабных долгосрочных программ лояльности, а также выявление мнений и ожиданий клиентов.

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

1. Панова Е.А., Зернова Л.Е. Специфические особенности банковского маркетинга // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2022)». - 2022. - с. 73-76.



2. Полетавкина Г.В. Оценка конкурентоспособности банковских услуг кредитных организаций – конкурентов // Сборник материалов по итогам Всероссийского конкурса на лучшую научно-исследовательскую работу студентов «Коммерция и сервис: проблемы и перспективы развития» - 2021. - с. 74-81.

3. Голайдо С.А. Основы управления маркетинговой деятельностью в коммерческом банке // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2019)». - 2022. - с. 107-109.

4. Рябухина В.А., Зернова Л.Е. Формирование клиентоориентированной политики кредитной предпринимательской структуры /Сборник материалов Международной научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» - 2017 - с. 71-72.

5. Зернова Л.Е., Трари А. Организация маркетинга кредитования физических лиц в коммерческом банке // Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» - 2022 –с.25-30

© Асанов К.Э., 2023

УДК 330.47

## РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ДАННЫХ

Астапова Е.В.

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

Инновационные системы являются жизненно важным компонентом любого бизнеса, что позволяет ему оставаться конкурентоспособным и эффективным на быстро меняющемся рынке. Современные предприятия должны быть в состоянии быстро адаптироваться к новым технологиям, требованиям клиентов и тенденциям отрасли, чтобы выжить на сегодняшнем рынке.

Инновационные системы обычно включают интеграцию новых технологий, таких как аналитика, искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение в традиционные бизнес-процессы. Эти системы позволяют предприятиям быстрее собирать данные, более точно анализировать их и использовать их для создания понимания, которые помогают информировать как долгосрочную стратегию, так и ежедневное



принятие решений. Этот процесс цифрового преобразования позволяет предприятиям стать более гибкими, эффективными и прибыльными.

Основной целью оцифровки экономики является снижение затрат, повышение производительности и повышение удовлетворенности клиентов.

Поскольку организации становятся все более сложными, анализ данных играет важную роль в управлении решениями и оптимизации ресурсов. Анализ данных позволяет организациям получить представление о ключевых показателях эффективности, определять области улучшения и определять возможности для роста. Используя сложные методы, такие как прогнозирующая аналитика, машинное обучение и искусственный интеллект, организации могут получить более глубокое понимание того, как работает их бизнес и как лучше использовать свои ресурсы [1].

Эффективность инновационных систем будет зависеть от нескольких факторов, включая тип предприятия и конкретные цели, для которых предназначена система. Например, если цель состоит в том, чтобы улучшить обслуживание клиентов, то инновационная система может включать такие функции, как автоматизированная поддержка клиентов, технология распознавания голоса или варианты самообслуживания, которые оптимизируют запросы и запросы клиентов. Если основное внимание уделяется оптимизации внутренних процессов, то система может включать автоматизацию рабочих процессов, управление документами или аналитику данных в реальном времени.

В российской практике можно выделить следующие варианты внедрения инновационных систем, которые могут включать:

- использование новейших технологий для автоматизации и улучшения эффективности производства;

- разработку новых продуктов и услуг, которые выходят за рамки уже существующих категорий и удовлетворяют новые потребности рынка;

- расширение бизнеса с помощью новых рынков и стратегий продвижения;

- наличие креативной команды, которая постоянно ищет новые идеи и способы улучшения бизнеса;

- развитие партнерских отношений с другими инновационными компаниями и организациями для создания новых и прогрессивных продуктов;

- создание инновационной культуры внутри компании, которая способствует появлению новых идей и инициатив среди персонала;

- разработку и применение новых методов маркетинга, которые выделяют компанию на фоне конкурентов [2].

Используя современные технологии и данные компании могут преобразовать свои операции и добиться конкурентного преимущества.







Согласно статистике 74% российских компаний задействованы в развитии инновационной системы своих предприятий и с каждым годом увеличивают свои инвестиции в инновации, поэтому выделим основные инструменты, которые активно внедряются в их деятельность:

Одной из тенденций развития инновационных систем на предприятиях является все большее использование и анализ больших данных (Big Data). Основная идея заключается в том, что сбор и анализ крупных объемов данных помогают выявить скрытые закономерности и тенденции, которые могут быть использованы для развития новых продуктов или услуг, а также улучшения существующих.

За счет перехода от традиционно управляемых центров обработки данных к облачным сервисам облачные вычисления позволяют предприятиям получить доступ к мощным вычислительным ресурсам из любой точки мира. Предприятия могут использовать облачные вычисления для хранения больших объемов данных, быстрого масштабирования, а также приложений и услуг доступа без необходимости инвестировать в дорогостоящую инфраструктуру.

Искусственный интеллект (ИИ) – это способность компьютерных систем распознавать закономерности в крупных базах данных и принимать решения или принимать действия на основе их. Чат-боты, виртуальные помощники и другие инструменты, трансформируют рабочие процессы и позволяют предприятиям автоматизировать задачи с высоким объемом. Эти системы могут снизить ручной труд, улучшить обслуживание клиентов, обеспечивая более быстрое и более легкое взаимодействие, и помочь предприятиям повысить эффективность работы.

Автоматизация роботизированных процессов (RPA) – это использование программных роботов для автоматизации ручных, повторяющихся и основанных на правилах задач. RPA устраняет необходимость в ручном, трудоемком вводе данных и обеспечивает масштабируемость, оптимизацию процессов и повышение точности.

Технология блокчейна – это технология, которая позволяет создавать безопасные и прозрачные системы для хранения и обмена данными. Использование блокчейн технологий на предприятии может повысить эффективность и безопасность сделок, сократить затраты на документооборот и повысить уровень доверия между участниками бизнеса.

Платформы в реальном времени предназначены для того, чтобы команды могли сотрудничать в режиме реального времени. Эти инструменты допускают синхронную связь по нескольким каналам, таким как голос, текст и видео. Коммуникационные платформы в реальном времени позволяют командам быстро делиться идеями и информацией, позволяя им принимать более быстрые и лучшие решения.



Интернет вещей (IoT) – это технология, которая позволяет устройствам обмениваться данными через сеть Интернет без участия человека. Использование технологии IoT позволяет управлять процессами на предприятии, мониторить оборудование и контролировать производственную цепочку [3].

BI-системы (Business Intelligence) – собирают данные из различных источников, анализируют их и представляют информацию в удобном для восприятия виде. BI-системы позволяют оптимизировать работу организации и улучшить бизнес-результаты.

Помимо всего вышеперечисленного одним из важных элементов развития инновационных систем на предприятии является развитие партнерских отношений с другими компаниями, университетами и научно-исследовательскими институтами. Это позволяет обмениваться инновационными идеями, опытом и ресурсами, а также предоставлять доступ к новым технологиям и знаниям.

Проблемы, связанные с использованием анализа данных в инновационных системах предприятий, включают вопросы конфиденциальности, защиты данных и этики использования данных. Помимо этого, могут возникать проблемы с качеством данных и их точностью. Кроме того, может быть, техническое ограничение на обработку и хранение больших объемов данных.

Одной из главных перспектив анализа данных в инновационных системах предприятий является возможность более точного прогнозирования ситуации на рынке, а также изменений в требованиях потребителей, что поможет предприятию укрепить свои позиции на рынке и успешно конкурировать с другими компаниями.

В конечном счете анализ данных имеет важное значение для организаций, чтобы оставаться конкурентоспособными в современном цифровом мире.

Цифровизация экономики имеет несколько преимуществ, которые включают повышенную эффективность в производственном процессе, снижение затрат, связанных с используемыми ресурсами, повышение точности и согласованности в обработке и анализе данных, а также улучшение качества обслуживания клиентов.

Современный мир требует от предприятий не только высокого качества производимых продуктов, но и постоянного улучшения и развития инновационной системы. Разработка инновационных проектов и внедрение новых технологий являются ключевыми факторами роста и развития компаний.



### Список использованных источников:

1. Горелов Н.А. Развитие информационного общества: цифровая экономика : учебное пособие для вузов – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 241 с.

2. Джигоева М.А. Роль и место национальной инновационной системы в системе инновационного бизнеса // Актуальные вопросы современной экономики. – 2018. – № 3. – С. 84-92.

3. Лапаев, С.П. Цифровая экономика: концепция, цифровые технологии, цифровизация экономики // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всероссийской научно-методической конференции. – 2018. – С. 2389-2391.

© Астапова Е.В., 2023

УДК 336.71

## ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ДАННЫХ

Астапова Е.В.

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

Информационные технологии разнообразны и применяются, в частности, для нормативной отчетности и качества данных, денежно-кредитной политики и анализа рисков, а также для мониторинга и обнаружения мошенничества. На уровне национальной экономики искусственный интеллект интегрирован в функции, которые способствуют идентификации микроэкономических и макроэкономических показателей, надзору, управлению информацией и прогнозированию, а также обнаружению вредоносных действий.

Предоставление банковских услуг на основе информационных технологий в экосистеме банковской отрасли претерпело огромные изменения благодаря цифровизации и технологическим достижениям. Одной из причин огромного влияния ИТ на финансовую индустрию является центральное значение информации и данных. Например, основная информация о клиентах, депозиты, кредиты и история всех финансовых транзакций – это все данные, которые рассматриваются и обрабатываются ежеминутно. В финансовом секторе использование технологий искусственного интеллекта и анализа данных повышает эффективность, снижает транзакционные издержки, улучшает качество обслуживания, предоставляет разумные инвестиционные решения, и



повышает удовлетворенность клиентов [1]. Современные технологии позволяют учреждениям, которые их используют, анализировать все данные клиентов, к которым у них есть доступ, узнавать об их предпочтениях и, таким образом, разрабатывать конкретные продукты и услуги, адаптированные к потребностям клиентов, одновременно улучшая пользовательский опыт.

Рост финансовых технологий и увеличение инноваций в области информационных технологий (ИТ) привели к цифровой трансформации в предоставлении финансовых услуг. Такие услуги предоставляются на макроуровне различным отраслям, включая банки, кредитные союзы, страховые компании, биржевые брокерские конторы, бухгалтерские и аудиторские компании, инвестиционные фонды и агентства акционерного капитала, компании, занимающиеся потребительским финансированием, агентства недвижимости, обменные пункты и компании по аккредитации клиентов.

Оптимизация кредитной деятельности является залогом стабильного развития, расширения клиентской базы и роста прибыли банковских учреждений. Из-за проблемы предоставления клиентам инновационных услуг и продуктов и необходимости цифровой трансформации банки начали разрабатывать технологии для удовлетворения разнообразных финансовых потребностей своих клиентов [2].

В конце февраля 2022 года аналитики международного агентства Forrester Research провели анализ трансформационных процессов, протекающих в банковском секторе, и представили результаты проделанной работы с позиции информационных технологий. Исследование, осуществленное аналитической компанией, демонстрирует тенденцию крупных кредитных организаций к оцифровыванию опыта и внедрению новых банковских продуктов и услуг, а также сосредоточение усилий на ускорение инновационных преобразований, происходящих внутри подразделений.

По данным за 2021 год, Россия является одним из самых передовых рынков в мире с точки зрения предоставления цифровых услуг: 89% банковских клиентов в России пользуются цифровыми каналами, 25% россиян планируют сократить число походов в отделения банков или вовсе отказаться от их посещения. Решения на основе Big data, искусственного интеллекта (ИИ), машинного обучения (ML), RPA, а также микросервисы и контейнерные технологии внедрились или планируются в ближайшее время внедрять большинство из 50 крупнейших банков. Наиболее востребованными технологиями для банков по версии международного агентства Forrester Research являются чат-боты, роботы помощники (64%); контейнерные технологии (76%); RPA (65%); искусственный интеллект/машинное обучение (58%). По данным исследования TMT



Консалтинг, общий объем затрат российских банков на ИТ ежегодно растет на 12-14%. По итогам 2021 года показатель составил 514 млрд. руб., что напрямую свидетельствует об увеличении цифровизации и технологичности процессов в банковском секторе.

Рассмотрим подробнее технологию RPA – автоматизация роботизированных процессов – которая стала одной из самых популярных технологий в банковском секторе. Объем российского рынка RPA-систем по итогам 2021 года достиг 16 млрд. рублей против 1,5 млрд. рублей в 2019 г. Автоматизация роботизированных процессов (RPA) в банковском секторе – это использование программного обеспечения, которое имитирует действия человека при выполнении повторяющихся задач на компьютере. Примерами задач, которые можно автоматизировать с помощью RPA в банковской отрасли, являются обработка заявок на кредит, проверка финансовых отчетов, обработка платежей, управление клиентскими данными и аналитика [3].

Робот может проверять данные клиента и заполнять необходимые документы при оформлении заявки на кредит. Также робот может анализировать большие объемы данных финансовых отчетов для выявления ошибок или несоответствий. Обработку платежей можно также автоматически проводить без участия человека. Управление клиентскими данными также может быть полностью автоматизированным – робот будет добавлять новых пользователей или изменять информацию о уже имеющихся пользователях в базу данных банка. RPA-боты могут следить за транзакциями на счетах/кредитных картах пользователя. В случае подозрительной активности система отправляет предупреждение пользователю через SMS/email сообщение для подтверждения операции либо блокирования карты до разьяснения причин такого поведения. В целом, автоматизация роботизированных процессов (RPA) помогает банкам повышать эффективность своей работы за счет минимизации ошибок человеческого фактора, ускорения времени выполнения задач и оптимизации расходных материалов/ресурсами при выполнении заданий различной сложности. Главное преимущество RPA перед другими способами автоматизации в том, что для его внедрения не нужно менять инфраструктуру банка, останавливать или трансформировать бизнес-процессы. Робот легко встраивается в ту систему работы, которая у вас построена.

Из-за характера банковской отрасли, основанной на данных, трансформация искусственно интеллекта и информационных технологий развивается более быстрыми темпами по сравнению с другими отраслями. Применение информационных технологий в финансовой индустрии не только привело к оцифровке данных и автоматизации процессов, но также повлияло на ценность, создаваемую банками и финансовыми



учреждениями, благодаря чему расширился спектр услуг, предоставляемых банками клиентам, и облегчилось использование услуг.

**Список использованных источников:**

1. Ткаченко А.Л. Информационные процессы и технологии в банковской системе / А.Л. Ткаченко, Е.В. Широкова // *Modern Economy Success*. – 2022. – № 6. – С. 247-252.

2. Трофимова, Е.А. Информационные технологии в финансово-кредитной сфере : учебное пособие. - Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2020. - 114 с.

3. Щербакова, Н. В. Цифровые технологии в банковском секторе РФ: особенности и сопутствующие угрозы // *Вестник Кемеровского государственного университета*. – 2021. – Т. 6, № 1(19). – С. 136-146.

© Астапова Е.В., 2023

**УДК 336.74**

**АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ДЕНЕЖНОЙ МАССЫ В РОССИИ**

Астапова Е.В.

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

Деньги играют ключевую роль в экономическом развитии и благосостоянии населения. Денежная масса влияет на уровень инфляции, стоимость товаров и услуг, курс национальной валюты, а также на уровень экономической активности и инвестиций. Денежное обращение выполняет важную функцию в экономике, обеспечивая кругооборот товаров и услуг, а также выполняя неплатежные операции. Денежное обращение может осуществляться как наличными, так и безналичными средствами.

Один из основных показателей денежного обращения – денежная масса, которая представляет собой общую сумму денег, находящихся в обращении в экономике в данный момент времени. Он включает в себя монеты, валюту и другие ликвидные активы, которые можно использовать для покупки товаров и услуг [1]. Денежная масса обычно измеряется центральными банками и используется в качестве индикатора экономического состояния страны.

Современная экономическая наука достигла значительного прогресса в измерении денежной массы, благодаря концепции денежных агрегатов. Денежный агрегат – это показатель объема и структуры денежной массы, который выражает совокупность денежных средств, которые находятся в обращении в экономике. Он включает в себя как физические наличные деньги, так и различные формы электронных денег.



Агрегат М2 «денежная масса» является наиболее значимым агрегатом, который используется для осуществления текущей денежно-кредитной политики Банка России, при этом другие агрегаты не используются так широко в отечественной статистике. В России денежная масса складывается из показателя М0, который включает в себя все наличные деньги, находящиеся в обороте и показателя М1, включающего в себя все безналичные формы денег.

Регулирование денежного обращения в Российской Федерации осуществляет ЦБ РФ, который разрабатывает нормативные акты, непротиворечащие основным законам государства – Конституции России и Гражданскому кодексу России и устанавливает правила осуществления платежей в Российской Федерации.

Важным показателем в анализе структуры и динамики денежной массы является коэффициент монетизации. Коэффициент монетизации – это отношение объема денежной массы к объему ВВП. Он показывает, насколько активно используются деньги в экономике и является важным индикатором для оценки инфляционных рисков [2]. Для экономически развитых стран этот показатель должен составлять не менее 50%.

Проанализируем изменение коэффициента монетизации в России за 2018-2022 гг. Уровень монетизации в России в 2018-2020 гг. составлял менее 50% и означает, что на каждый рубль ВВП приходилось менее половины рубля денежной массы. Это говорит о том, что деньги в экономике использовались не так активно, как могли бы. Однако в 2021 году коэффициент монетизации вырос до 54,6% в связи с увеличением объема денежной массы и снижением ВВП из-за пандемии. В 2022 году опять наблюдается спад показателя до значения в 50%, что является пограничным показателем, что все же говорит о низкой интенсивности обращения денег. На основе данных Росстата покажем динамику денежной массы в России (рис. 1).

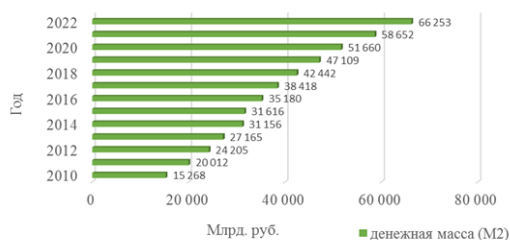


Рисунок 1 – Динамика денежной массы в России

На рис. 1 можно заметить, что за последние годы денежная масса в России росла с разной скоростью и динамикой. Наибольший прирост денежной массы за последние 5 лет наблюдается в 2021 году на 13,5%, тогда произошло увеличение денежной массы с 51660,3 млрд. руб. до 58652,1 млрд. руб. В 2022 году объем денежной массы составил 66252,9 млрд. руб., что почти на 13% больше, чем в прошлом периоде. В целом за



весь период с 2010 по 2022 год объем денежной массы увеличился больше чем в 4 раза. Динамика увеличения объемов денежной массы в России указывает на рост экономики и увеличение денежного обращения в стране.

Динамика денежной массы в России в последние годы характеризуется умеренным ростом и в целом, можно сказать, что динамика в России соответствует глобальным тенденциям, но имеет свои особенности, связанные с экономической и политической ситуацией в стране.

На основе данных Росстата рассмотрим структуру денежной массы в России (рис. 2).



Рисунок 2 – Структура денежной массы в России

Согласно данным за последние 5 лет в структуре денежной массы происходили всего лишь незначительные изменения и в целом наблюдалась одинаковая динамика распределения в денежной массе наличных и безналичных средств. В среднем наличные деньги в денежной массе занимают 20% от общего числа, а доля безналичных денег составляет 80%. Значительное преобладание безналичных денег в обороте страны обусловлено ростом безналичных платежей, что связано с развитием электронных платежных систем и увеличением количества банковских карт. В целом, структура денежной массы в России отражает тенденцию к увеличению безналичных платежей и использованию банковских депозитов. Однако, наличные деньги по-прежнему остаются важным элементом денежной массы и требуют контроля со стороны государства для предотвращения инфляционных рисков [3]. В целом можно сказать, что динамика в России показывает, что наблюдаются тенденции к увеличению объема денежной массы, что непосредственно связано с ростом экономики, увеличением объема торговли и инвестиций в стране.

Несмотря на развитие экономики, в России все еще существуют проблемы с денежным обращением. Наиболее значительными проблемами для функционирования денежного оборота являются высокая инфляция, высокая доля наличных денег в обороте, неразвитость банковских систем, неравномерное распределение финансовых ресурсов, проблема коррупции и неэффективного использования государственных финансовых ресурсов, а также неэффективность денежной политики. В целом, проблематика денежного обращения и денежной массы является сложной и многогранной. Для ее решения необходимо эффективное взаимодействие





между правительством и центральным банком, а также разработка и реализация соответствующей экономической политики, также можно выделить такие пути решения проблем, как контроль за количеством денег в обращении, развитие безналичных форм расчетов, расширение доступа к финансовым услугам, улучшение координации между правительством и центральным банком, развитие финансовой грамотности.

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

1. Лобачева Е.Н. Экономическая теория: учебник для вузов / Е. Н. Лобачева. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 501 с.;
2. Малкина М.Ю. Уровень монетизации, структура денежной массы и качество денег в экономике // Финансы и кредит. 2019. №30 (414).;
3. Авдеева, Т.Д. Статистический анализ динамики и структуры денежной массы в российской Федерации // Экономика и сервис: от теории к практике. – 2019. – С. 15–18.

© Астапова Е.В., 2023

УДК 338.14

### **ВЛИЯНИЕ ИНФЛЯЦИИ НА ЭКОНОМИКУ СЕМЬИ**

Атрашенко Е.С., Надольская Д.А.

*Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал  
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Иркутский государственный университет  
путей сообщения», Красноярск*

Инфляция – это превышение количества денежных единиц, находящихся в обращении, над суммой товарных цен и появление в результате этого денег, не обеспеченных товарами, что приводит к росту цен на них [1]. Впоследствии происходит снижение доходов и повышение стоимости жизни.

После относительно высокой инфляции в 2021 году – она составила 8,39% по итогам года – в 2022 г. инфляция ускорилась еще сильнее (рис 1.). Но, хотя в феврале-марте прогнозы давали рост цен в 20-25%, то к концу года цифру уже другие – умеренные – 11-14%. В 2022 году сильнее всего подорожали непродовольственные товары (+15,2%), продовольствие (+11,8%), ЖКХ (+11,2%). Общий уровень инфляции за прошлый год по Росстату от 11,54 до 11,94, при этом больше всего подорожали: непродовольственные товары (12, 54%); услуги (12,52%); продукты питания (10,11%).

Учитывая количество экономических проблем, с которыми Россия столкнулась в 2022 г., показатели демонстрируют достаточно эффективную государственную политику в сфере монетарного управления [2].



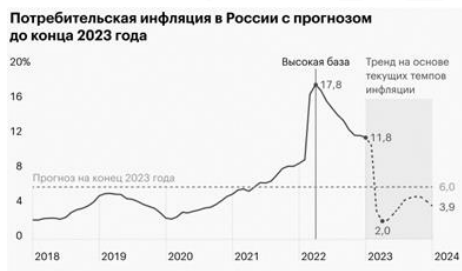


Рисунок 1 – Потребительская инфляция в России с прогнозом до конца 2023 года

Что же касается уровня инфляции на 2023 год, то там тоже стоит ждать повышения цен на самые востребованные категории товаров и услуг под влиянием внешних и внутренних факторов. Однако эксперты расходятся в оценках, насколько все-таки вырастут цены [3].

Негативное влияние инфляции на семейную экономику связано с тем, что общий рост цен и падение в итоге покупательной способности денег обесценивают доходы трудоспособных членов семьи со средним доходом. В итоге инфляция ведет к резкому росту разницы между номинальными и реальными доходами семьи.

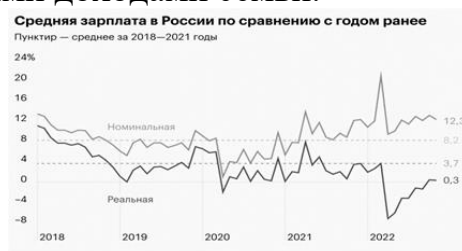


Рисунок 2 – Средняя зарплата в России по сравнению с годами ранее

В последние месяцы номинальная среднемесячная зарплата росла примерно на 12% в год, и это быстрее обычного [4]. В то же время рост реальной зарплаты с поправкой на инфляцию вышел в символический плюс только под конец 2022 года (рис. 2).

От инфляции люди страдают по-разному, в зависимости от того, чем они занимаются и какие заработки получают. С этой точки зрения все семьи следует разделить на две основные группы: семьи с фиксированными доходами; семьи с переменными доходами. В первую группу попадают семьи, чьи доходы не зависят от уровня трудовой активности их членов: это пенсионеры, безработные, инвалиды, студенческие и многодетные семьи. К этой группе относятся также работники отраслей, услуги которых оплачиваются по фиксированным ставкам из средств государственного бюджета: это армия, правоохранительные органы, медицина, образование, связь, социальные службы и т.д. Во вторую группу входят те семьи, члены которых работают в производственных отраслях, а также предприниматели и творческая интеллигенция. Они обладают большими возможностями для увеличения своих доходов за счет изменения уровня трудовой активности или



забастовок с требованием о повышении заработной платы. Им легче замедлять или предотвращать падение своих реальных доходов.

Инфляция действует на реальные доходы отдельных граждан и семей по-разному. Если зарплата работающих членов семей растёт пропорционально росту цен или семья владеет дачей, квартирой (их стоимость растёт вместе с инфляцией), то она ничего не потеряет. Серьёзно страдает от инфляции жизненный уровень тех, кто имеет фиксированные доходы. Цены на товары и услуги растут регулярно, а доходы названных категорий граждан пересматриваются правительством периодически и повышаются практически всегда с опозданием, отставая от темпов инфляции. Люди, откладывающие деньги, отказываясь от потребления, несут напрасные жертвы.

При этом инфляция не просто повышает долю расходов на питание в структуре семейных бюджетов, но и меняет модель питания – люди начинают переходить на наиболее дешёвые, хотя и не самые здоровые виды продовольственных товаров. Например, в 1992 г., когда произошёл наибольший рост цен, доля мясных и молочных продуктов в рационе россиян сразу упала. Недостающие калории наши соотечественники восполнили картошкой – продуктом далеко не самым полезным [5].

Очень меняется поведение и потребителей, и производителей, когда наступает сильная инфляция. Иногда среди людей может возникнуть даже паника от того, что нет возможности сберечь свои накопления [6]. Начинают скупать все подряд. Покупают по два телевизора, холодильника, чайника, ковры, хотя они им и не нужны. Пытаются перевести деньги в товары.

Экономическая жизнь семьи всегда сопряжена с рисками, т.е. опасностью потерь сбережений или имущества в силу каких-то неожиданных событий в окружающем мире или личных неудач. Вот несколько популярных способов защиты накоплений: получение дебетовой карты с кэшбэком; покупка недвижимости; открытие индивидуального инвестиционного счета (привлекательный не только для защиты денег, но и для получения доходов от инвестирования); оформление вклада.

В заключении, можно отметить, что обязательным условием планирования семейного бюджета является учет доходов и расходов семьи. Для обеспечения стабильного материального положения семьи, а тем более для повышения ее благосостояния необходимо планирование семейного бюджета. Всем семьям в их же интересах поиска эффективных путей ведения домашнего хозяйства и выгодного использования семейных накоплений рекомендуется систематическое и системное ведение учета всех получаемых доходов и производимых расходов.



### Список использованных источников:

1. А.А. Понамаренко ИНФЛЯЦИЯ: СУЩНОСТЬ, ПЕРВОПРИЧНЫ И ВИДЫ // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №1-2. URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 27.02.2023).
2. Комкова, Е.Г. Инфляция / Е. Г. Комкова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2021. – № 36 (378). – С. 42-44. – URL: <https://moluch.ru/archive/378/83942/> (дата обращения: 27.02.2023).
3. Уровень инфляции в России. Электронный ресурс: URL: <https://уровень-инфляции.рф/>
4. Федеральная служба государственной статистики. Электронный ресурс: URL: <https://rosstat.gov.ru/>
5. Экономическая теория (политэкономия) : учебник / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф., засл. деят. науки РФ Г.П. Журавлевой. – 5-е изд. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 864 с. – (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004084-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1891785> (дата обращения: 27.02.2023). – Режим доступа: по подписке.
6. Экономическая теория: учебник / В.М. Агеев, А.А. Кочетков, В.И. Новичков и др.; под общ. ред. А.А. Кочеткова. - 6-е изд, стер. - М.: Дашков и К°, 2020. - 696 с.

© Атрашенко Е.С., Надольская Д.А., 2023

УДК 331.1

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Афони́на П.С.

Научный руководитель Каньковская А.Р.

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

Цифровизация стала одной из ведущих тенденций в развитии как бизнеса, так и многих других сфер жизни людей. Все больше компаний проводят цифровую трансформацию всех процессов, чтобы не только не упустить свое место среди конкурентов, но и развиваться в новом прибыльном направлении. Организации, пренебрегающие цифровизацией бизнеса на данный момент, безусловно, продолжают функционировать, однако со временем могут быть вынуждены уйти с рынка, если не начнут следовать тенденциям [1].

В компании цифровые технологии применяются как для производства товаров или услуг, так для внутренней организации её



работы. Одним из важных процессов компании, являющимся её движущим инструментом, является управление человеческими ресурсами (УЧР). Данная сфера необходима для регулирования вопросов, связанных с одним из главных ресурсов организации – её работниками, благодаря которым она может функционировать и производить благо [2]. В последнее время все больше российских компаний внедряют цифровое УЧР и кадровый электронный документооборот (КЭДО) в свои внутренние процессы, и сфера энергетики не стала исключением [3]. Безусловно, такие нововведения приносят пользу бизнесу, значительно упрощая многие задачи, однако также существуют определенные риски, которые многие не учитывают.

Задачей данного исследования является определение рисков цифровой трансформации УЧР в компании, предоставляющей инженерные услуги в области теплоснабжения. Необходимо изучить, какие существуют риски в целом в цифровом УЧР и проанализировать, насколько они могут быть адаптированы под данную сферу.

Анализ, проведенный в данной исследовательской работе, основывается на уже существующих литературных источниках, раскрывающих проблему рисков цифровизации УЧР, а также на основе интервью, проводимых с менеджерами компаний по теплоснабжению города.

Для компании важно найти сотрудников, которые могли бы принести пользу, грамотно их обучить и ввести в рабочий процесс. Ошибка на этом этапе может привести к дальнейшим проблемам во время создания продукта/услуги. Далее менеджерам необходимо наладить вертикальные и горизонтальные связи между разными сотрудниками, настроить распределение и постановку задач, сбор результатов работы, их оценку, а также получать обратную связь от работников. Мотивация, соблюдение условий труда и развитие персонала играют немалую роль в качестве проделанной работы и, как результат, в достижении конечной для компании цели – получении прибыли.

Использование цифровых технологий в УЧР, несомненно, имеет положительный эффект для компании. В первую очередь, они дают возможность менеджерам автоматизировать рутинные процессы, освободив время для более стратегически серьезных задач. Также среди результатов были выявлены объективная и корректная оценка работы сотрудников, упрощение персонализации обучения талантов, облегченная обратная связь, открытое взаимодействие руководителей и членов команд [1]. Цифровизация позволила создать прозрачную среду, в которой менеджеры по персоналу могут лучше понимать, в каком ритме идет рабочий процесс на данный момент, насколько результаты соответствуют



необходимому уровню, выявить ошибки и нарушения в работе сотрудников и спланировать дальнейшие шаги.

Помимо благоприятных изменений, произошедших в ходе цифровой трансформации УЧР, также отмечают и риски, которые при этом могут возникнуть [4]. Среди них выделяют развитие искусственного интеллекта (ИИ) и глобальную автоматизацию процессов. Из-за автоматизации и цифровизации целых рабочих систем, многие работники оказались под угрозой увольнения. Это касается не только самих сотрудников, чьи рабочие места будут заняты компьютерами, но и, непосредственно, менеджеров по персоналу, которые должны будут обладать всеми необходимыми знаниями для полноценного функционирования в рамках новых цифровых процессов. Также не стоит забывать о рисках, связанных с распространением данных компании, среди которых может быть информация как о компании, так и о её сотрудниках (их геолокация, электронные пропуска, система видеонаблюдения и т.д.).

Говоря о рисках потери рабочих мест по причине замены человеческого ресурса искусственным интеллектом, необходимо понимать, о какой сфере деятельности идет речь [5]. В случае с сектором компаний с физическим производственным циклом и продажами, ИИ и автоматизация действительно могут повлечь за собой сокращение персонала. Однако если рассматривать организации, связанные с программным обеспечением или другими цифровыми продуктами, то для них цифровизация будет означать освобождение от рутинных задач и большим набором ресурсов для стратегически важных задач.

Сфера инженерного строительства, теплоэнергетики и теплоснабжения, наряду с другими, активно адаптирует цифровые тенденции в процесс производства. Конечным результатом от введения новых технологий является не само их использование, а непосредственно упрощение сбора данных и результатов в числовом формате, а также последующая их обработка, хранение и передача [6]. По итогу, становится возможным лучше понимать поведение потребителей, что также улучшает прогнозирование возникновения «мертвой» задолженности, поломки оборудования и итоговой оплаты, делая подсчеты более прозрачными.

Адаптация цифровых инструментов значительно повлияла на производственный процесс и, следовательно, на задачи, поставленные перед сотрудниками. Благодаря упрощению сбора данных, у них появилось больше времени для анализа показателей и разработки плана дальнейших действий. Помимо этого, компьютерные программы дали возможность улучшить качество проектировки и сервисного обслуживания. Применение современных инструментов подразумевает наличие компетентных сотрудников, которые смогут применить на практике необходимые знания. Это может стать риском для компании,



которая не уделяет должного внимания повышению квалификации сотрудников [7]. В первую очередь, пострадает категория сотрудников более старшего возраста, для которых современные технологии, без должного обучения, представляют собой сложности. Таким образом, компания может потерять уже опытных работников, знающих своё дело, но имеющих трудности с новыми программами. Помимо этого, увеличивается количество требований для новых кандидатов. Организация должна грамотно проработать образовательный этап для новых сотрудников, не имеющих опыт работы.

Говоря непосредственно о риске замены человеческого ресурса искусственным интеллектом, следует разделить производственный процесс на отдельные задачи и рассматривать их по-отдельности. Безусловно уже есть автоматизированный сбор данных, аналитические программы и другие цифровые инструменты, однако, роль человека не перестает быть значимой. Процесс проектировки, монтажа, а также аналитики и понимания нюансов нуждается в участии персонала. Также нельзя забывать о такой функции, как ремонт и устранение неполадок на объектах, которые осуществляются мастерами. Несомненно, оборудование постоянно совершенствуется, что требует осведомленности и профессионализма от работников, однако оно не может самостоятельно обновляться на новое и исправлять существующие ошибки, по крайней мере, на данный момент. Таким образом, повышение квалификации персонала является важным условием для успешного внедрения современных технологий в теплоснабжение.

Цифровая трансформация произошла не только в производственной части компаний по теплоснабжению, но также и в управлении человеческими ресурсами. Благодаря тому, что сотрудники используют компьютеры для собственных задач, стало доступнее точное отслеживание их результативность, соблюдение распорядка рабочего дня, упростилась коммуникация. Однако в ситуации, когда менеджер фиксирует успехи, ошибки, дисциплинарные вопросы исключительно через цифровые показатели, может возникнуть риск потери личных взаимодействий между работниками и работодателями, что в дальнейшем может повлиять на внутренний климат в компании.

На основе приведенного анализа можно сделать вывод, что цифровизация производства и управления человеческими ресурсами в компаниях, предоставляющих городское теплоснабжение, имеет как преимущества, так и определенные риски как для компании, так и для сотрудников. Благодаря использованию новых технологий, менеджеры и руководители могут лучше оценивать работу сотрудников, а также на основе настоящих показателей планировать распределение работы и её объем на будущее. Важным условием для положительного результата от





цифровизации является компетентность и знания как сотрудников, так и менеджеров по персоналу, для того чтобы грамотно применять новые инструменты.

**Список использованных источников:**

1. Chapano, M., Mey, M.R., & Werner, A. (2022). Adoption of digital strategies across the human resource value chain. SA Journal of Human Resource Management/SA Tydskrif vir Menslikehulpbronbestuur, 20(0), a1992. <https://doi.org/10.4102/sajhrm.v20i0.1992>

2. Акулин Ф.В., Рябчина Д.А. Управление персоналом компании в условиях цифровизации // Инновационное развитие экономики. 2020. №6 (60). С. 108-112

3. Ячменева Е.Д., Лопатина Е.С., Шагивалиев Е.В., Дуболазова Ю.А., Благой Н.А. Влияние цифровизации на бизнес-процесс «Управление персоналом» // Бизнес. Образование. Право. 2022. № 4 (61). С. 13 – 19

4. Артёменко Е.С. Глобальные риски цифровой трансформации // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли. 2021. С.13 – 18

5. Buychik A. Basic principles application of the ABC methodology in human resource management at the enterprise // European scientific e-journal. 2021. №8 (14). С.24 – 32

6. Лыкова В.А., Ткаченко Я.Д. Цифровая трансформация в управлении экономическими системами на мезо уровне (на примере теплоснабжения города) // Экономика строительства и городского хозяйства. 2022. Т. 18. № 3. С. 189 – 195

7. Верстина Н.Г., Евсеев Е.Г., Цуверкалова О.Ф. Особенности управленческих технологий в условиях освоения теплоснабжающими организациями «умных тепловых сетей» (smart grid) // Управленческий учет. 2021. № 8 – 3. С. 526 – 534

© Афолина П.С., 2023

УДК 330.33

**АНАЛИЗ ЭКОНОМИКИ  
МИРОВОЙ НЕФТЯНОЙ И ГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ  
КИТАЯ**

Ахмерова А.Ш.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Национальный исследовательский университет ИТМО»,  
Санкт-Петербург*

В работе проведен анализ топливно-энергетического комплекса Китая, рассмотрена ресурсная база нефтегазового комплекса страны, потребление нефти и газа за период с 2009 по 2021 гг. Сформулированы





основные проблемы и перспективы развития нефтяной и газовой промышленности страны.

Китай является крупнейшим производителем и потребителем угля, второй в мире страной по количеству потребляемой электроэнергии. На сегодняшний день экономика Китая развивается высокими темпами. По объему Внутреннего Валового продукта (далее ВВП) Китай находится на 2 месте в мире после США. Экономика Китая характеризуется высокой долей производства товаров и низкой долей услуг по сравнению с развитыми странами, но последние годы наблюдается тенденция к увеличению доли сектора промышленности в ВВП.

Генерация собственной энергии в Китае резко возросла с 1980 года, но не смотря на стремительный рост, производство энергии продолжает значительно отставать от спроса. Данная тенденция связана с низкими ценами на энергоносители на протяжении довольно долгого промежутка времени, поэтому в энергетической отрасли было мало стимулов для её экономии. На данный момент, большая часть всей электроэнергии в Китае генерируется на тепловых электростанциях, а все остальное на гидроэлектростанциях; лишь небольшая доля приходится на ядерную энергетику с атомными электростанциями (далее АЭС), расположенных вблизи г. Шанхая и г. Гуанчжоу.

Теплоэнергетический комплекс Китая является одним из самых крупных в мире. В стране активно ведется добыча, таких полезных ископаемых, как уголь, нефть, газ, ядерная и гидроэнергия, также с каждым годом растет количество добываемой энергии за счет возобновляемых источников энергии (далее ВИЭ). Теплоэнергетический комплекс страны Китай является крупнейшим потребителем угля: около 70% энергии в стране производится за счет этого сырья. Кроме того, Китай активно развивает атомную энергетику. На сегодняшний день в стране уже действует 50 атомных реакторов, а еще 16 находятся в стадии строительства. Однако, Китай также стремится к развитию экологически более чистых источников энергии. С 2012 года страна активно развивает солнечную энергетику, и на сегодняшний день является крупнейшим производителем солнечных панелей в мире. Также стоит отметить, что в Китае существуют не только крупные государственные энергетические компании, но и множество частных предприятий, которые занимаются производством и поставкой топлива и энергии. В табл. 1 рассмотрена динамика потребления энергетических ресурсов в Китае с 2009 по 2021 год [1].

Китай является одним из крупнейших производителей, потребителей и импортеров угля в мире. По данным Министерства энергетики Китая на конец 2020 года, общие остатки угля в стране составляли 3,41 миллиарда тонн. В то же время, рост спроса на энергию и промышленность в Китае



становится причиной ограниченности запасов и повышения цен на уголь, что свидетельствует о высоком спросе на каменный и бурый уголь на территории КНР. По общим оценкам на территории Китая сконцентрировано 1/3 от общемировых запасов угля.

Таблица 1 – Потребление энергетических ресурсов Китая за 2009-2021 гг., ЭДж

Год	Уголь	Нефть	Природный газ	Ядерная энергия	Гидро энергия	ВИЭ	ИТОГО
2009	70,58	16,69	3,25	0,66	5,81	0,52	97,51
2010	73,22	18,99	3,92	0,70	6,68	0,77	104,28
2011	79,71	19,68	4,87	0,81	6,42	1,05	112,54
2012	80,71	20,63	5,43	0,91	8,00	1,36	117,04
2013	82,44	21,54	6,19	1,03	8,38	1,80	121,38
2014	81,83	22,42	6,78	1,22	9,71	2,24	124,20
2015	80,92	23,90	7,01	1,56	10,15	2,62	126,16
2016	80,19	24,51	7,54	1,93	10,44	3,44	128,05
2017	80,56	25,57	8,66	2,23	10,49	4,61	132,12
2018	79,83	26,58	10,19	2,64	10,73	5,81	135,78
2019	81,06	27,91	11,10	3,11	11,32	6,63	141,13
2020	82,38	28,74	12,12	3,32	12,50	8,52	147,58
2021	86,17	30,60	13,63	3,68	12,25	11,32	157,65
Изменения 2021/2009, %	122,1	183,3	419,4	557,6	210,8	2176,9	161,7

Исходя из приведенных данных табл. 1, можно отследить, что большая доля потребления в топливно-энергетическом комплексе Китая приходится на уголь.

Несмотря на сложности, связанные с транспортными ограничениями, снижением рентабельности производства, сложностями добычи угля и больших расходов на снижение вредных выбросов в окружающую среду, рост добычи и потребления угля будет наблюдаться и дальше, т.к., по прогнозам, все развивающиеся страны, и Китай в том числе, будут испытывать постоянный рост потребностей в энергетических ресурсах. Учитывая, данный фактор, что за период с 2009 по 2021 гг. показатели потребления угля в стране увеличились на 22% и продолжают расти можно точно выделить фактор дальнейшего роста потребления угля и реализации его на импорт.

Потребление угля в Китае держится на уровне три миллиарда тонн угля в год, что составляет около половины от мирового потребления данного вида топлива. Чтобы снизить данные показатели и минимизировать количество вредных выбросов в окружающую среду, государству необходимо пересмотреть действующую политику в области добычи, потребления и импорта угля. Для этого КНР активно разрабатывает и внедряет стратегию плавного перехода на возобновляемые источники энергии.

Разработка и внедрение ВИЭ в последние несколько лет является одним из трендов в области развития мировой энергетики. Китай не является исключением и с каждым годом активно увеличивает долю ВИЭ в топливно-энергетическом балансе страны. Исходя из данных табл. 1,



можно заметить, как за последние несколько лет в стране увеличилась доля потребления энергии за счет альтернативных источников.

Рост потребления возобновляемых источников энергии за период с 2009-2021 гг. может быть обусловлен следующим рядом факторов:

закон о «Возобновляемой энергии», принятый в феврале 2005 г., который создал рамочные условия для увеличения использования в стране возобновляемых источников энергии (далее ВИЭ);

разработана программа «Золотое солнце», предусматривающая оказание финансовой, научно-технической и рыночной поддержки фотоэлектрической энергетике;

программа «Китайское производство 2025», утверждённая премьером Госсовета КНР в мае 2015 г.

Второе место в потребление энергетических ресурсов Китая занимает нефть. Китай является крупнейшим потребителем нефти в мире, а также одним из крупнейших производителей нефтепродуктов. За последние десять лет потребление нефти в Стране увеличилось на 56%. Данная информация свидетельствует о том, что нефть играет важную роль в развитие национальной экономики, а также, о том, что нефть является одним из средств присоединения Китая к мировому хозяйству. Но стоит отметить, что при росте объемов добычи нефти потребности в ней растут еще быстрее [2].

Основными отраслями, потребляющими нефть в Китае, являются транспорт и производство. В транспортной отрасли нефть используется в качестве топлива для автомобилей, самолетов и судов. В производственной отрасли нефть используется для производства пластмасс, химических волокон, лакокрасочных материалов и других продуктов.

Гидроэнергетика по данным табл. 1 занимает 4 место в структуре потребления ресурсов КНР, это свидетельствует о том, что развитие в этом направлении является стратегически важным для страны. Начиная с 2009 года, Китай вкладывает огромное количество сил и ресурсов в развитие гидроэнергетического комплекса страны (в КНР генерируется около 30% от общего мирового объема производства гидроэнергии).

На одном уровне с гидроэнергетикой другим видом углеводородного сырья, имеющим большое значение для развития народного хозяйства КНР, является природный газ. Китай активно развивает свою инфраструктуру для добычи и импорта природного газа, включая строительство газопроводов и терминалов для сжиженного природного газа. Кроме того, КНР также активно развивает свою добычу сланцевого газа, что может снизить зависимость от импорта природного газа в будущем.



Китай использует газ множеством разных способов. Большая часть газа в структуре потребления страны направляется на отопительные нужды, как промышленных объектов, так и жилого сектора. Также, стоит отметить, что помимо отопления, газ используется в нефтехимической отрасли страны в качестве сырья.

Китай начал строительство своей первой ядерной электростанции в 1985 году, и с тех пор страна построила более 50 реакторов. Китай является второй в мире по количеству работающих ядерных реакторов после США. По данным табл. 1 заметна хоть и положительная динамика, но в сравнение с остальными энергетическими ресурсами, атомная энергетика составляет меньший процент потребления от общего топливно-энергетического комплекса страны. Но несмотря на не высокий рост потребления ядерной энергетике, Китай наращивает мощности своей атомной энергии. Для этого в 2005 году Китай разработал план по увеличению мощности АЭС до 40 ГВт к 2020 г. Тем не менее, несмотря на то что показатели не были достигнуты к указанному сроку, Китай планирует дальнейшее развитие своей ядерной энергетике, и строит амбициозные планы на будущее. Правительство страны планирует увеличить долю ядерной энергии в своей энергетической балансе до 10% к 2030 году, а также увеличить общую установленную мощность ядерных реакторов до 70 ГВт к 2025 году.

Перспективы развития нефтегазовой отрасли Китая имеют положительную тенденцию, не смотря на вспышку вируса в конце 2019 года. Если исходить из ситуации, которая складывается на рынке нефти и газа уже сейчас, можно сказать, что из кризиса, вызванного вспышкой пандемии, КНР восстановится одной из первых и будет держать позиции, как страна с высокими экономическими показателями. Учитывая, что в настоящее время Китай строит новые нефтеперерабатывающие заводы и активно инвестирует в развитие технологий в области нефтепереработки, в то время как в США перенаправляют свои ресурсы на развитие ВИЭ.

Таким образом, проанализировав каждый из ресурсов топливно-энергетического комплекса Китая, можно сказать, что политика КНР направлена на совершенствование своей технологической базы, в области добычи полезных ископаемых и создание новых альтернативных источников энергии. Но несмотря на внедрение новых технологий и разработку долгосрочных программ, основным источником энергии для Китая в ближайшей перспективе будут оставаться угольные и нефтяные месторождения.

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

1. Statistical Review of World Energy 2021 | 70th edition – Текст: электронный // Официальный сайт BP – 2021. – № 70. [сайт] - URL: <https://www.bp.com/>



2. Анисько А.В. Китай: проблемы и перспективы развития топливно-энергетического комплекса // Сборник статей Молодые востоковеды стран Содружества Независимых Государств. – 2010. – с.7 – 24.

© Ахмерова А.Ш., 2023

УДК 336.02

## ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ЕЕ РЕГИОНОВ

Ахметова И.Р., Егорова Л.Э.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

*«Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», Абакан*

Основой для формирования и реализации государственной политики в сфере обеспечения экономической безопасности на федеральном, региональном, муниципальном и отраслевом уровнях, является Стратегия – документ, консолидирующий усилия федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления, Центрального банка РФ гражданского общества по обеспечению экономической безопасности в целях защиты национальных и региональных интересов и реализации стратегических национальных приоритетов РФ [1].

Финансово-экономическая безопасность Российской Федерации подразумевает под собой такое состояние финансовых отношений, при котором создаются условия и ресурсы необходимые для расширенного воспроизводства, экономического роста и роста благосостояния населения, а также стабильности, целостности и единства финансовой системы государства с целью сопротивления внешним и внутренним угрозам Российской Федерации в финансовой сфере.

Угрозы финансовой безопасности страны – факторы, препятствующие или создающие опасность реализации национальных финансово-экономических интересов [2].

К основным финансово-экономическим интересам относят возрастание эффективности финансовой системы; вовлечение иностранных капиталовложений; разработка и создание единой нормативно-правовой базы; снижение инфляции.

Существует два вида угроз: внешние угрозы и внутренние угрозы. Причинами возникновения внешних угроз становятся обстоятельства, происходящие вне государства, к ним относятся: глобализация, вмешательство других государств во внешнюю и внутреннюю политику, усиление конкуренции на мировом рынке, высокая зависимость экономики от иностранной валюты, а также неустойчивость мировой финансовой



системы и др. Внутренние угрозы возникают в самом государстве, причинами возникновения таких угроз являются неправильная финансово-экономическая политика государства, отклонения в сфере управления финансовой системы России, а также рост коррупции, падение платежеспособности населения страны и т.д.

Таким образом, угрозы финансовой системы существуют как внутри государства, так и за его пределами, именно поэтому необходимо проводить комплексный анализ этих угроз, и, исходя из этого анализа, строить систему безопасности, направленную на предотвращение всех видов угроз существующих в настоящее время перед страной.

В Российской Федерации существует система показателей, благодаря которым можно оценить состояние финансовой безопасности страны [3]. К таким показателям относят уровень дефицита бюджета; стабильность цен; степень защищенности интересов вкладчиков; устойчивость банковской системы и национальной валюты; внешний и внутренний долг страны; дефицит платежного баланса и др.

Превышение пороговых значений данных показателей свидетельствует о том, что происходит снижение уровня финансовой безопасности государства. Такое снижение в дальнейшем становится причиной развития роста уровня коррупции и криминализации экономики. Что является причиной потери конкурентоспособности финансовой системы, как на внутреннем, так и на внешнем рынках, кроме того, система теряет способность саморазвития.

Для обеспечения финансовой безопасности России существует система государственного финансового контроля, которым непосредственно руководит Президент РФ, а руководство работой органов, которые обеспечивают финансовую безопасность, возложено на Правительство РФ. Кроме того существует система негосударственного финансового контроля, она реализуется частными организациями. Основной целью системы негосударственного контроля является: увеличение эффективности вложенных средств за счет снижения издержек.

Финансовая безопасность региона включает в себя защиту интересов финансовой системы региона с учетом особенностей угроз финансовой безопасности региона и факторов, препятствующих развитию региона.

На рис. 1 приведена схема обеспечения финансовой безопасности региона. Данная схема должна учитывать все особенности обеспечения финансовой безопасности на уровне России.



Рисунок 1 – Схема обеспечения финансовой безопасности региона

Приоритетными направлениями обеспечения финансово-экономической безопасности на уровне региона являются: бюджетная, налоговая и инвестиционная безопасность [4].

Бюджетная безопасность подразумевает под собой внедрение бюджетного планирования в процесс долгосрочной стратегии развития региона, повышение качества жизни людей, оказание адресной поддержки и улучшение качества оказываемых услуг.

Налоговая безопасность направлена на создание эффективной налоговой системы, благодаря которой будет возможно обеспечить бюджетную устойчивость в дальнейшей перспективе.

В области инвестиционной безопасности будет реализовываться: формирование условий стимулирующих превращение накоплений в инвестиции, привлечение необходимого объема инвестиций в экономику, а также оказание помощи в активизации инвестиционных процессов в хозяйствующих субъектах.

Финансово-экономическая безопасность на уровне региона характеризуется основными принципами, которые дают возможность лучше познать теорию данного вида безопасности и реализовать практические наработки в финансово-хозяйственной деятельности на уровне региона.

#### Список использованных источников:

1. Экономическая безопасность субъекта Российской Федерации: учеб, пособие / В. Ф. Коуров ; [науч. ред. А. Е. Зубарев]. - Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2018 - 138 с.

2. Магомедов Ш.М., Иваницкая Л.В., Каратаев М.В., Чистякова М.В. Методические материалы. «Финансовая безопасность России» / Москва. – 2016, – С. 16–23.

3. Указ Президента РФ от 13.05.2017 г. №208 «О стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года»// СПС Консультант плюс (в ред. 13.05.2017 г.)//Собрание законодательства РФ, 15.05.2017 г., №20, ст. 2902.

4. Каранина Е.В. Финансовая безопасность (на уровне государства, региона, организации, личности). – Монография. – Киров: ФГБОУ ВО«ВятГУ», 2015 – 189 с.

© Ахметова И.Р., Егорова Л.Э., 2023



УДК 331.2

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ОПЛАТЫ ТРУДА И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Ашивкина Е.Г.

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

Оплата труда является важным инструментом, который помогает работодателям привлекать и удерживать квалифицированных сотрудников, а также повышать их производительность и эффективность работы [1].

Оплата труда имеет важное значение как для работников, так и для работодателей. Для работников это не только источник дохода, но и фактор мотивации, который может повлиять на их производительность и качество работы. Для работодателей оплата труда является одним из основных элементов затрат, которые они должны учитывать при планировании и управлении бизнесом [2]. Современные подходы к оплате труда основаны на принципах справедливости и эффективности. Они включают в себя использование систем оплаты на основе результатов работы, оплату труда за выполнение конкретных задач и достижение целей, использование премиальных систем и вознаграждений за качественную работу, использование финансовых и нематериальных стимулов, таких как бонусы, повышение должности, льготы и т.д.

Заработная плата – это один из ключевых инструментов в экономике, который выполняет несколько функций. В первую очередь, заработная плата должна обеспечивать воспроизводственные нужды работника, чтобы он мог обеспечить себя и свою семью. Она также выполняет стимулирующую функцию, поскольку заработная плата является мотиватором для выполнения работы и повышения квалификации [3]. Также заработная плата выполняет социальную функцию, обеспечивая достойный уровень жизни для работников.

Заработная плата является одним из важнейших инструментов мотивации и стимулирования трудовой деятельности в современной экономике. Сущность оплаты труда заключается в вознаграждении работников за их труд в форме денежных или иных материальных компенсаций. Она включает в себя оплату труда за основную работу, выплаты за сверхурочные работы, компенсации за отпускные и больничные дни, выплаты за выполнение квалифицированных и сложных работ, премии и вознаграждения за достижение целей [4].





На сегодняшний день оплата труда регулируется федеральными законами и нормативными актами, а также законами и правилами региональных и муниципальных органов власти. Основным законодательным актом в области оплаты труда является Трудовой кодекс РФ, определяющий минимальный размер оплаты труда, порядок установления и изменения размера оплаты труда, а также права и обязанности работодателей и работников в отношении оплаты труда. Кроме Трудового кодекса РФ, в России действуют законы, регулирующие оплату труда в отдельных отраслях экономики, например, в сфере здравоохранения, образования, социального обеспечения. Существует ряд нормативных актов, регламентирующих правила и порядок установления размера оплаты труда для отдельных категорий работников, например, для государственных служащих, сотрудников банков, страховых компаний и т.д. Коллективные договоры также играют важную роль в регулировании оплаты труда. Они устанавливают условия и порядок оплаты труда для работников конкретных предприятий или отраслей экономики, а также правила выплаты дополнительных компенсаций и вознаграждений. Кроме того, каждое предприятие имеет свои внутренние правила и положения, определяющие порядок оплаты труда для своих работников. Эти правила могут устанавливать дополнительные компенсации и премии за выполнение определенных задач, а также учитывать особенности работы и квалификацию сотрудников.

Существуют два вида оплаты труда – основная и дополнительная. Организация оплаты труда – это одно из важнейших направлений управления персоналом в организации. Она представляет собой систему вознаграждений и компенсаций, которая включает в себя несколько видов выплат.

Дополнительная часть оплаты труда имеет важное значение в мотивации и удержании сотрудников в организации. Она состоит из двух элементов: премии и гарантии. Применение премий является одним из наиболее эффективных методов стимулирования работников на более качественное и производительное выполнение своих обязанностей. Премии выплачиваются работникам за выполнение определенных заданий и достижение целей компании. Они стимулируют не только усердную работу, но и повышение уровня квалификации, что в свою очередь, положительно сказывается на качестве продукции и услуг, предоставляемых компанией. Применение премий также способствует улучшению внутренней мотивации и увеличению лояльности сотрудников. Гарантии являются выплатами за фактически неотработанное, не явочное время. Элемент гарантий включает в себя выплаты за выслугу лет, оплату учебных отпусков, оплату простоев не по вине работника и другие выплаты, обеспечивающие социальную защиту работников и их семей [5].



Введение дополнительной части оплаты труда способствует улучшению благосостояния сотрудников и повышению уровня жизни в целом. Это, в свою очередь, может положительно сказаться на эффективности работы и имидже компании в целом. Тем не менее, необходимо учитывать, что применение премий и гарантий требует соответствующих финансовых затрат. Компания должна тщательно оценить свои финансовые возможности и рационально распределить бюджет на оплату труда. Важно также учитывать законодательные требования и правила по применению дополнительной части оплаты труда. Таким образом, использование дополнительной части оплаты труда, включающей премии и гарантии, может стать эффективным методом стимулирования и удержания сотрудников в организации.

Оценка эффективности использования персонала является важным процессом для предприятий и организаций, который позволяет определить, насколько успешно используется трудовой потенциал работников для достижения целей и задач предприятия. Для этого существует несколько методов оценки эффективности использования персонала. Один из методов – это оценка результативности, которая основана на оценке результатов работы работников. Например, оценивается объем продаж, уровень выполнения задач, отзывы клиентов и т.д. Этот метод может быть использован для оценки работы отдельных сотрудников или всей команды [6].

Другой метод – это оценка качества работы, которая основана на оценке качественных характеристик результатов труда работников. Например, оценивается точность и скорость выполнения задач, наличие ошибок и несоответствий требованиям. Этот метод может быть использован для оценки работы отдельных сотрудников или всей команды.

Также существует метод оценки поведенческих компетенций, который основан на оценке навыков и поведенческих качеств работников, таких как коммуникативные навыки, лидерские качества, способность работать в команде [7]. Еще один метод – это оценка совокупной эффективности работы предприятия или отдела в целом. Она позволяет определить общую эффективность работы предприятия и выявить проблемы в управлении персоналом. Метод оценки сравнения позволяет сравнить эффективность работы сотрудников между собой или с другими работниками в отрасли. Он может быть использован для определения лучших практик и выявления проблем в работе персонала.

Таким образом, выбор конкретного метода оценки эффективности использования персонала зависит от конкретных задач и потребностей предприятия. Оценка эффективности работы персонала позволяет предприятию выявлять проблемы и находить пути их решения, улучшать качество работы персонала и достигать целей предприятия.



### Список использованных источников:

1. Кочуганова Е. А. Оплата труда как признак трудовых отношений / Е. А. Кочуганова. // Молодой ученый. – 2022. – № 10 (405). – С. 149–151.
2. Алиев И. М. Экономика труда: учебник и практикум для вузов / И. М. Алиев, Н. А. Горелов, Л. О. Ильина. – 4–е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 486 с.
3. Горелов Н. А. Оплата труда в бюджетных организациях: учебник и практикум для вузов / Н. А. Горелов. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 163 с.
4. Шереги Ф. Э. Социология труда. Условия труда педагогов: монография / Ф. Э. Шереги, А. Л. Арефьев. – 2–е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 298 с.
5. Маршавина Л. Я. Налоги и налогообложение: учебник для вузов / под редакцией Л. Я. Маршавиной, Л. А. Чайковской. – 2–е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 510 с.
6. Торопенко Е. Г. Принципы создания системы мотивации персонала на предприятии / Е. Г. Торопенко. // Молодой ученый. – 2022. – № 42 (437). – С. 323–324.
7. Шарапанюк В. В. Особенности регулирования системы оплаты труда. Зарубежный опыт / В.В. Шарапанюк. // Молодой ученый. – 2020. – № 3 (293). – С. 377–38

© Ашивкина Е.Г., 2023

УДК 339.133.017

## СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА НОВУЮ ФОРМУ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ: ТРАНСЬЮМЕРИЗМ И ТРАЙВЕРТАЙЗИНГ

Баллод А.К., Ордынец А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Покупательское поведение – это процесс, в рамках которого потенциальный покупатель принимает решение о покупке товара или услуги. В рамках высокой конкуренции компании пытаются различными способами заинтересовать потенциальных потребителей. Стимулирование сбыта – это быстрый, эффективный, но краткосрочный инструмент, заставляющий покупателя действовать. Желание людей получить товар бесплатно творит чудеса, и нет бизнесмена, который не знал бы этого.

Рассмотрим удачные виды стимулирование сбыта: сэмплинг; трайвертайзинг; трансьюмеризм.



Сэмплинг – это бесплатная раздача образцов товара. Данный вид считается одним из классических способов стимулирования. Обычно сэмплинг проводится прямо в торговой точке и может увеличить продажи в два раза. Однако не стоит думать, что данный метод ограничивается бесплатной дегустацией, раздачей или рассылкой. Подобные мероприятия преследуют конкретные цели: ознакомление покупателя с новым товаром, привлечение высокого спроса и изучение рынка. Среди явных преимуществ сэмплинга хочется выделить: значительное сокращение расходов за счет определения целевой аудитории, уменьшения трат на рекламу и возможность устойчивого увеличения сбыта. Применение данного способа стимулирования увеличит продвижения продукции и научит потребителя смелее осваивать новый товар [1].

Трайвертайзинг – это способ, при котором продукт дают на пробу. Отличие трайвертайзинга от сэмплинга заключается в том, что определенное время товаром пользуются бесплатно, но по истечению определенного периода его нужно купить или вернуть. Главной целью является познакомить покупателя с товаром и дать опробовать его в действии, но это не единственная задача. Даже если человек не купит продукт, это станет хорошей рекламой, ведь он обязательно поделится своими эмоциями с родственниками, друзьями, тем самым обеспечит продвижение торговой марки среди потребителей [2].

Трансьюмеризм – это вид стимулирования, при котором не покупают себе на товар навсегда, а берут его в аренду. Никакой личной собственности и беспокойство по ее поводу (вещи могут сломаться, выйти из моды или их могут украсть и т.д.). В итоге – отсутствие формальностей и обязательств, уникальный опыт за счет опробования новых вещей, что, в условиях постоянного их обновления, позволяет пользоваться, не владея, самым современным и лучшим. Учитывая, что мы живем в эпоху потребления, трансьюмеризм становится идеальным решением для экологии и нашей планеты в целом, ведь не сокращая свои потребности и желания получить что-то новое по факту мы его не покупаем, а пользуемся по очереди. А еще данная концепция позволяет людям жить выше своего достатка, получая желаемые вещи хотя бы на время [3].

Отличие трансьюмеризма и трайвертайзинга от классических моделей покупательского поведения заключается в том, что они представляют новые формы поведения, которые связаны с использованием современных технологий и изменением потребительских предпочтений. В то время как классические модели были разработаны в 60-70 годах прошлого века и основаны на предположении, что потребители принимают рациональные решения на основе оценки затрат и выгод, трансьюмеризм и трайвертайзинг представляют новые формы поведения,



которые связаны с использованием современных технологий и изменением потребительских предпочтений, опирающихся на чувства и эмоции.

Трансьюмеризм и трайвертайзинг могут влиять на поведение потребителей, предоставляя им больше возможностей для контроля и выбора. Потребители, которые привержены трансьюмеризму, могут быть более склонны к использованию продуктов и услуг, которые помогают им улучшить свои физические и умственные способности. Люди, которые привержены трайвертайзингу, могут быть более склонны к принятию решений о покупке на основе опыта использования продукта или услуги.

Для бизнеса трансьюмеризм и трайвертайзинг могут предоставить ряд преимуществ. Например, бизнесы могут использовать данные о потребительских предпочтениях, полученные от трансьюмеров и трайвертайзеров, для создания более персонализированных продуктов и услуг. Кроме того, бизнесы могут использовать методы трайвертайзинга такие, как пробные образцы или бесплатные версии продуктов, чтобы привлечь новых клиентов и убедить их в качестве своих продуктов.

Технологии трансгуманизма могут помочь собирать и обрабатывать большое количество данных о потребителях, таких как предпочтения, поведение и здоровье. Это может помочь маркетологам создавать продукты и услуги, которые лучше соответствуют индивидуальным потребностям каждого потребителя. Также это поможет улучшить производственные процессы и снизить издержки, что может привести к более эффективному использованию ресурсов и более доступным ценам для потребителей.

С использованием трайвертайзинга маркетологи могут также предоставить потребителям более полную информацию о продуктах и услугах. Трайвертайзинг позволяет потребителям более активно участвовать в процессе покупки, получать дополнительную информацию о продуктах и услугах, а также дополнительные преимущества при их приобретении. Это может привести к повышению лояльности потребителей и увеличению продаж.

Однако, важно помнить, что использование данных методов может вызывать этические и юридические вопросы. Например, использование данных потребителей может вызывать вопросы о конфиденциальности и защите данных. Поэтому важно учитывать и эти аспекты при разработке маркетинговых стратегий.

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

1. Развитие сэмпинга на предприятиях. Источник: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiie-semplinga-na-predpriyatiyah.pdf> (дата обращения 10.05.2023)



2. Коммуникационные инструменты развития предприятия.  
Источник: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsionnye-instrumenty-razvitiya-predpriyatiya> (дата обращения 10.05.2023)

3. Современный взгляд на новую форму покупательского поведения – трансьюмеризм. Источник: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-vzglyad-na-novuyu-formu-pokupatelskogo-povedeniya-transyumerizm> (дата обращения 10.05.2023).

© Баллод А.К., Ордынец А.А., 2023

УДК 631(476)

## ОРГАНИЧЕСКОЕ СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Балобан А.А., Крагель А.А.

*Полесский государственный университет, Пинск, Республика Беларусь*

Сегодня сельское хозяйство Беларуси – динамично развивающаяся отрасль, на долю которой приходится около 15% всех инвестиций в основной капитал. Данная отрасль обеспечивает продовольственную безопасность и экспортный потенциал страны [1].

Беларусь заинтересована в дальнейшем развитии агропромышленного комплекса, в том числе и за счет создания высоко маржинального аграрного производства органической продукции, а также способствующего развитию регионов и фермерских хозяйств. Более того, одной из основных задач Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь до 2030 года является обеспечение экологической безопасности и благоприятной окружающей среды на основе использования экоинноваций и «зеленых» технологий. К новым направлениям «зеленой» экономики Беларуси относится органическое сельское хозяйство. Согласно Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития до 2030 года, доля органических земель в стране в общей площади сельхозугодий должна достигнуть 3-4% [2].

Немаловажным документом в Республике Беларусь является Закон Республики Беларусь «О производстве и обращении органической продукции» от 9 ноября 2018 г. № 144-3, который вступил в силу 18 ноября 2019 года.

Вступивший в силу 18 ноября 2019 года Закон «О производстве и обращении органической продукции» выделил органическое сельское хозяйство в отдельную отрасль, позволив установить особые правила для производства, хранения, транспортировки и реализации органических продуктов. Также разработаны десятки документов, многие из которых



гармонизированы с законодательствами Европейского союза и Евразийского экономического союза, что позволяет регулировать экспорт и импорт органической продукции.

Органическое (экологическое) сельское хозяйство, в первую очередь, это альтернатива интенсивному сельскохозяйственному производству. Во-вторых, это такая система ведения сельского хозяйства, которая, активизируя природные производственные механизмы путем использования натуральных, не переработанных технологически средств, сохраняет плодородие почвы, здоровое состояние животных, а также высокое биологическое качество сельскохозяйственной продукции. То есть эта система сбалансирована в экологическом, экономическом и социальном отношении: она не перегружает окружающую среду и совершенно независима от внешних трудозатрат.

Также необходимо отметить основные отличия органического сельского хозяйства от традиционного:

- 1) органическое сельское хозяйство направлено на сохранение естественного экологического баланса в природе;
- 2) основной целью является сохранение здоровья почвы, растений, животных, человека, планеты в целом;
- 3) ввиду исчерпаемости природных ресурсов для органического сельского хозяйства характерно хозяйственное отношение к природе посредством замкнутого производственного цикла;
- 4) органическое сельское хозяйство заботится о настоящем и будущих поколениях;
- 5) отказ от применения достижений генной инженерии, синтетических добавок, красителей, удобрений на всех стадиях производства и переработки.

Методы органического сельского хозяйства направлены на сохранение естественного состояния почв и поддержание их плодородия за счет внесения органических удобрений, практически полного исключения минеральных удобрений, пестицидов. Для борьбы с вредителями применяются биологические методы, а также широко используется эффект севооборотов. Что касается животноводства, то здесь запрещены концентрированные корма, гормоны, лечение проводится без применения антибиотиков [3].

Так целью органического сельского хозяйства является приближение земледелия к естественным процессам экосистем, которое достигается заменой синтетических материалов и применением «зеленых» технологий производства.

«Органика – тема новая, но востребованная». Органическое сельское хозяйство активно и стремительно развивается во всём мире в последние десятилетия как перспективное направление современного экологического



агропродовольственного рынка. В настоящее время оно практикуется в 170 странах мира, объединяя 2 млн. производителей органических продуктов питания. Рынки по мировому объёму продаж органической продукции стабильно растут, постепенно становясь массовыми (рис. 1).

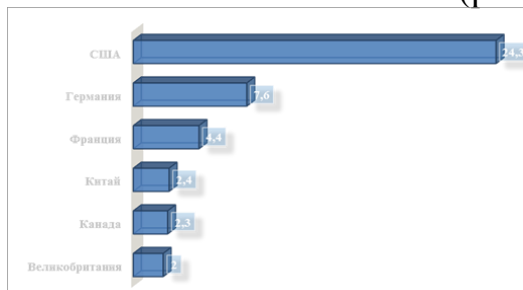


Рисунок 1 – Топ-6 стран по мировому объёму продаж органической продукции, млрд. евро

США является ведущим рынком органической продукции (24,3 миллиарда евро), за ним следуют рынки Германии (7,6 миллиардов евро), Франции (4,4 миллиарда евро), Китая (2,4 миллиарда евро), Канады (2,3 миллиарда евро), Великобритании (2,0 миллиарда евро) [4].

В Беларуси этой отраслью занимается порядка 45 субъектов хозяйствования, включая крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства граждан, сельскохозяйственные и другие субъекты Брестской, Витебской, Гродненской, Минской и Могилевской областей, что значительно увеличилось в сравнении с предыдущими годами (рис. 2).

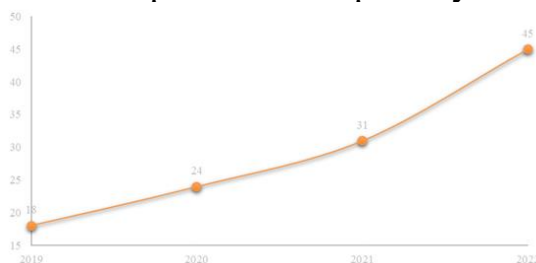


Рисунок 2 – Динамика роста производителей органической продукции в РБ

Наиболее интенсивно органическое сельское хозяйство (ОСХ) развивалось в Минской и Брестской областях, на долю которых приходилось более 80% всех земель республики для производства органической продукции. При этом, Брестская область являлась лидером по развитию ОСХ [5].

Стоит отметить и то, что в Республике Беларусь более 1500 гектаров сельскохозяйственных земель сертифицировано для производства органической продукции. За 2020 год на территории области сертификаты на производство органической продукции получены ООО «Биолоджико Компани» Пинского района (площадь сельскохозяйственных земель, сертифицированных на производство органической продукции, составляет порядка 400 га); КФХ «АгроФерма» Пинского района (площадь – 4 га, произведено 30 тонн клубники); КФХ «ФортунаАгро» Барановичского





района (площадь земель – 194,33 га, произведено 6,1 тонны люпинов, 63,9 тонны бобов, 3,7 тонны силфий пронзеннолистной, 129,6 тонны картофеля, 78,2 тонны капусты, 143,3 тонны гречихи, 138,7 тонны овса, 13,9 тонны фацелии с подсевом донника); ЛПХ «Лутаева Дмитрия Ивановича» Березовского района (площадь земель – 3,3 га, произведено 8 тонн овощных культур) [1].

Сегодня в Республике Беларусь самая высокая в Европе обеспеченность сельскохозяйственными землями – 1,04 га на жителя. При этом более миллиона гектаров находится у фермерских хозяйств и частных. Поэтому культивирование органики способствует развитию малого и среднего бизнеса, а также повышению уровня жизни сельского населения, укреплению здоровья нации.

Несмотря на существенное развитие органического сельского хозяйства в Республике Беларусь, стоит отметить и то, что в данной отрасли существуют следующие проблемы: недостаточная законодательная база; недостаточный спрос на органическую продукцию в связи с высокой её стоимостью; трудности в транспортировке, большие расходы на неё.

И в заключение отметим то, что развитие органического сельского хозяйства в Беларуси позволит более эффективно функционировать мелким хозяйствам; решить проблему занятости, которая актуальна для сельской местности; уменьшить отток населения из сельской местности в город; улучшить экологическую ситуацию.

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

1. Органическое сельское хозяйство в Республике Беларусь: текущее состояние и перспективы [Электронный ресурс] / Органическое с/х в Республике Беларусь: текущее состояние и перспективы. – 2023. – Режим доступа: [https://investinbelarus.by/upload/medialibrary/165/organicheskoe-selskoe-khozyaystvo-1\\_compressed-\\_4\\_.pdf](https://investinbelarus.by/upload/medialibrary/165/organicheskoe-selskoe-khozyaystvo-1_compressed-_4_.pdf). – Дата доступа: 06.05.2023

2. Национальный органический союз [Электронный ресурс] / К 2030 году доля органических земель в Беларуси достигнет 4%. – 2023. – Режим доступа: <https://rosorganic.ru/news/k-2030-godu-dolya-organicheskix-zem.html>. – Дата доступа: 06.05.2023.

3. Радченко, Н. Современное состояние и перспективы развития органического сельского хозяйства в Республике Беларусь / Н. Радченко, Е. Соколовская // Аграрная экономика. – 2019.

4. Архипов В.А. Органическое сельское хозяйство: зарубежный опыт и российские перспективы / В.А. Архипов, А.Г. Калугина // Успехи современной науки и образования. 2017.

5. Шпак, А.П. Концепция развития органического сельского хозяйства в Республике Беларусь / А.П. Шпак, Ю.Н. Селюков, Л.С.



Скоропанова. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2015.

© Балобан А.А., Крагель А.А., 2023

УДК 336.7

## МЕХАНИЗМ РАБОТЫ С ПРОБЛЕМНОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ

Баркинхоева Д.Б.

Научный руководитель Зернова Л.Е.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Проблемной задолженностью банкиры называют невозвращенный кредит; к этому понятию можно отнести и основной долг, и проценты за пользование кредитом. Причины её возникновения могут быть абсолютно разные: от забывчивости клиентов, до мошенничества [1, 2, 3, 4].

С проблемной задолженностью сталкиваются многие коммерческие и кредитные организации. Банковский спектр выдает кредиты на развитие бизнеса, покупку недвижимости, отдых и т.д., товарные кредиты выдают коммерческие организации на реализуемый товар. Кредитование для одних является источником доходов, для других – способом для выхода на новые рынки и расширения присутствия в регионе.

Сегодня важной проблемой, как для кредитных организаций, так и для их клиентов является возврат выданных кредитов и займов. С одной стороны, это обусловлено экономической ситуацией в стране и мире, а с другой – удобной возможностью для недобросовестных заемщиков не выполнять взятые на себя обязательства [5, 6, 7, 8].

Рассмотрим причины, по которым заемщик может оказаться не в состоянии вернуть долг: отсутствие желания выполнять свои обязательства; заемщик с самого начала неправильно оценил свои финансовые возможности; проблемы личного характера; забывчивость; снижение доходов и другие финансовые трудности (например, потеря кормильца), которые препятствуют возврату задолженности; мошенничество, когда без ведома человека оформили кредит по его паспорту.

Помимо внутренних причин возникновения задолженности в банках следует отметить важность и внешних факторов. В условиях геополитической напряженности и санкций таким внешним фактором задолженности становится нестабильность экономического и финансового развития страны, которая приобретает первостепенное значение. Все это



приводит к тому, что уровень просроченных кредитов в ряде коммерческих банков страны превышает все разумные суммы.

К современным факторам возникновения просроченной задолженности у коммерческих банков следует отнести: скачкообразные изменения уровня инфляции и валютных курсов; наличие экономических санкций в отношении РФ; политическая ситуация в стране; отсутствие качественного законодательства, которое бы защищало интересы, как коммерческих банков, так и различных промышленных предприятий и физических лиц.

Структурирование работы с просроченной задолженностью является задачей номер один для кредитного отдела коммерческого банка. Необходимость структурирования вышеуказанного вида деятельности вызвана постоянным появлением новых клиентов с просроченной задолженностью.

Структура работы с должниками-физическими лицами обычно выстраивается следующим образом: дистанционное воздействие на должника; личное взаимодействие с должником; воздействие на должника при помощи сторонних организаций либо правоохранительных органов.

**Дистанционное воздействие.** Как правило, при поступлении в отдел обеспечения возврата кредитов информации о наличии просроченной задолженности у клиента, система оповещения автоматически посылает ему смс-сообщение. В сообщении указывается, что у него образовалась просроченная задолженность и деньги необходимо вернуть. Если эффекта нет, клиенту посылается письмо. После начинаются звонки домой, на работу, по месту прописки – сотрудники банка предпринимают меры по розыску должника с целью убедить его вернуть долг.

**Личное взаимодействие с должником.** Если вышеописанные действия не привели к желаемому результату, сотрудники отдела по возврату кредитов лично выезжают к должнику по месту жительства, по месту работы, и пытаются убедить его вернуть взятые в долг денежные средства. Кроме того, сотрудники банка информируют должника о возможном обращении к помощи государственных органов, если он не исполнит свои обязательства перед банком.

**Воздействие на должника при помощи сторонних организаций либо правоохранительных органов.** Последний элемент механизма работы с проблемной задолженностью вступает в действие лишь после того, как были испробованы все остальные варианты. Банк обращается в правоохранительные органы с целью розыска лица, не вернувшего кредит вовремя, либо в суд, с целью взыскания кредита через судебные органы.

Существуют различные способы устранения проблемной задолженности. Рассмотрим методы, используемые согласно двум



существующим стратегиям действий (кредитная стратегия, дефолтная стратегия).

Кредитная стратегия включает реструктуризацию; отступное; уступку прав (требований); перевод долга; новацию; предоставление дополнительных денежных средств должнику; мировое соглашение.

Дефолтная стратегия включает взыскание долга в судебном порядке, в том числе в рамках третейского разбирательства; взыскание на заложенное имущество; процедуры исполнительного банкротства; мировое соглашение; договор уступки прав (требования) с дисконтом.

Среди перечисленных методов встречаются те, в которых банк сам работает с кредитом, а также те, где задействованы третьи лица, как было сказано ранее. Наиболее приоритетным направлением управления проблемной задолженностью банка является самостоятельная работа банка. Самым распространенным методом самостоятельной работы с проблемной задолженностью в коммерческих банках является реструктуризация. Есть несколько форм реструктуризации: полное досрочное погашение; частичное досрочное погашение; перенос даты платежа; увеличение срока возврата кредита; изменение порядка погашения задолженности; изменение валюты договора; кредитные каникулы (отсрочка платежа).

В большинстве банков используются только некоторые способы реструктуризации кредита: кредитные каникулы, увеличение срока возврата кредита, изменение валюты договора. Для более эффективной работы с проблемной задолженностью предлагаем изменение порядка погашения задолженности, то есть использование комбинированной реструктуризации. При этом существует две схемы погашения. Первая из них предполагает периодический возврат основного долга кредита и постоянную уплату процентов. Вторая схема погашения предусматривает единовременную уплату «тела» кредита с периодическим возвратом процентов.

Таким образом, нами были рассмотрены основные механизмы по работе с проблемной задолженностью в коммерческих банках. Наличие проблемной задолженности в кредитных портфелях банков представляет собой реальную угрозу финансовой стабильности банковского сектора. Переход проблемной задолженности заемщиков в категорию невозвратных кредитов повлияет на способность банков отвечать по своим обязательствам, что в свою очередь, скажется на функционировании системы расчетов и финансировании деятельности различных сфер отечественной экономики.

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

1. Арутюнян А.А., Зернова Л.Е. Основные подходы к формированию сбалансированной кредитной политики коммерческого банка // Сборник



научных трудов кафедры коммерции и сервиса «АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА» -2021.- с. 5-7.

2. Плеханова А.Н. Ипотечное кредитование и его особенности // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2021) - 2021.- с. 149-152.

3. Четверикова М.Н. Кредитное поведение населения и его особенности // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2021) - 2021.- с. 199-202.

4. Арутюнян А.А. Сущность потребительского кредита и его роль в экономике // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2021) - 2021.- с. 8-10

5. Четверикова М.Н. К вопросу изменения кредитного поведения клиентов банка после снятия карантинных ограничений пандемии COVID-19 // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Инновационное развитие техники и технологий в промышленности» (ИНТЕКС-2021). - 2021. - с. 235-239.

6. Четверикова М.Н., Зернова Л.Е. Анализ кредитных услуг для молодежного сегмента // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2020), посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина». - 2020. - с. 184-186.

7. Арутюнян А.А. Проблемы невозврата кредитов в коммерческих банках // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2022) - 2022.- с. 35-38.

8. Баркинхоева Д.Б., Зернова Л.Е. Виды и классификация банковских кредитов физическим лицам // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2022)».- 2022.- с. 56-61.

© Баркинхоева Д.Б., 2023



УДК 339.976

**МЕЖДУНАРОДНОЕ  
НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:  
ОПЫТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И СТРАН ЕС**

Барский Я.О.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Донской государственный технический университет, Ростов-на-Дону*

На современном этапе развития существует широкое многообразие различных форм международного научно-технического сотрудничества (МНТС). Одним из ключевых условий развития МНТС является формирование рационального механизма стимулирования, координации и финансирования совместных научных исследований, выполняемых учеными и научными коллективами из разных стран. Немаловажным аспектом такого взаимодействия является внедрение полученных в рамках МНТС результатов исследований и разработок в хозяйственную деятельность.

Европейским Союзом накоплен существенный опыт в формировании такого механизма сотрудничества. Национальные правительства и европейские органы власти создают правовые, организационные и экономические условия, содействующие международному сотрудничеству ученых, кооперации в сфере научных исследований и разработок и воплощению их достижений в виде инноваций. Среди наиболее комплексных программ МНТС следует выделить Рамочные программы (РП) Европейского Союза в сфере исследований и инноваций, которые реализуются с 1984 г. Они представляют собой финансовый инструмент научно-исследовательской стратегии ЕС. В настоящее время действует уже 9 РП под названием «Горизонт Европы», она рассчитана на 2021-2027 гг. с объемом финансирования около 100 млрд. евро.

Инвестиции в исследования и разработки, осуществляемые Европой призваны укрепить ее научное и технологическое лидерство. В данном контексте показательно, что на протяжении последних десятилетий 2/3 роста производительности труда в ЕС обеспечивается благодаря инвестициям в исследования и разработки. Кроме того, важным результатом является рост производительности труда на 19% в компаниях, участвующих в РП.

Следует отметить, что Рамочные программы ЕС охватывают 150 стран, из которых 1,5 млн. исследователей и организаций задействовано в рамках международной кооперации в сфере научных исследований и разработок [1].



По интенсивности международного взаимодействия и предоставляемым преференциям в области финансирования научных исследований и разработок в рамочных программах ЕС используется следующая классификация стран [2]:

страны – члены ЕС (Member States): 27 стран-членов ЕС;

страны, ассоциированные с рамочными программами ЕС (Associated Countries): Албания, Армения, Босния и Герцеговина, Грузия, Исландия, Израиль, Косово, Молдавия, Норвегия, Северная Македония, Сербия, Танзания, Турция, Украина, Фарерские острова, Черногория;

неассоциированные третьи страны (Non-Associated Third Countries): Великобритания (с 2020 г.), Швейцария (с 2021), США, Китай, Япония, Россия и пр.

Страны из двух первых групп принимают участие в финансировании РП, однако ассоциированные страны имеют ограниченные права по сравнению со странами – членами ЕС. Организациям из ассоциированных стран для участия в рамочной программе, также как и странам – членам ЕС, предоставлено право самостоятельно сформировать минимально необходимое число и комбинацию участников консорциума, в который должно входить три независимых организации из ЕС и/или ассоциированной страны, из которых, как минимум, одна должна быть из ЕС. Юридические лица из неассоциированных третьих стран могут входить в консорциум дополнительно к этому минимально необходимому числу партнеров из ЕС и ассоциированных стран (по формуле «3+1»). При этом их участие должно быть оправдано вкладом в достижение целей рамочных программ.

8 РП «Горизонт-2020» официально завершилась 31.12.2020 г., при этом десятки проектов находятся сейчас либо в процессе выполнения, либо экспертизы заявок и подписания Соглашений о грантах.

В табл. 1 представлены данные о международной кооперации в рамках 8 РП «Горизонт 2020». Суммы по столбцам по группам стран не равны итоговому количеству проектов, участников и объемам финансирования. Это связано с тем, что участники РП из ассоциированных и третьих стран являются членами консорциумов с участием организаций из государств-членов ЕС. Соответственно, реализуемые проекты одновременно учитываются и для государств-членов ЕС и для ассоциированных и третьих стран. По данным табл. 1 видно, что наибольшая доля проектов (91,89%) и финансирования из бюджета РП ЕС (90,36%) приходится на научные организации стран-членов ЕС. На ассоциированные страны пришлось 22,46% проектов и 8,9% финансирования из бюджета РП ЕС. Следует отметить, что при общем объеме финансирования в 8 млрд. евро, из бюджета РП ЕС было профинансировано 6 млрд. евро, еще 2 млрд. евро или 25% от общего



объема финансирования были привлечены участвующими в РП организациями самостоятельно. Доля проектов с участием научных организаций из неассоциированных третьих стран составила 9,09%, а объем их финансирования со стороны РП ЕС – 0,75% от общей суммы финансирования из бюджета ЕС. При этом 50% финансирования проектов было привлечено этими организациями самостоятельно. Таким образом, количество проектов 8 РП с участием организаций из стран, ассоциированных с рамочными программами ЕС и неассоциированных третьих стран, составило более 30%, что говорит о тесной кооперации в рамках европейского исследовательского пространства.

Таблица 1 – Показатели участия организаций по группам стран в 8 РП «Горизонт 2020» в 2014-2020 гг. Составлено автором по данным [3, 4]

Группы стран – участников РП	Количество проектов	Количество организаций – участников	Финансирование со стороны ЕС, млрд. евро	Общее финансирование, млрд. евро
Страны-члены ЕС	32 552	157 009	62	76
В процентах к итогу, %	91,89	88,23	90,36	89,08
Страны, ассоциированные с рамочными программами ЕС	7 957	13 662	6	8
В процентах к итогу, %	22,46	7,68	8,9	9,28
Неассоциированные третьи страны	3 221	7 281	0,511	1
В процентах к итогу, %	9,09	4,09	0,75	1,65
Всего	35 426	177 952	68,32	85,76

Учитывая существенный объем проектов с участием организаций из неассоциированных третьих стран необходимо более детально проанализировать влияние 8 РП на активизацию широкого международного научно-технического сотрудничества. Как было отмечено выше к группе неассоциированных третьих стран относятся такие крупные страны с высоким научно-исследовательским и инновационным потенциалом как США, Бразилия, Россия, Индия и Китай. Рассмотрим параметры их участия в завершившейся программе «Горизонт 2020».

На рис. 1 представлены данные об общей стоимости проектов среди организаций из третьих стран (в т.ч. Бразилии, России, Индии, Китая и США), уровне их поддержки со стороны ЕС по линии 8 РП и доле успешных проектов. Следует отметить, что общая стоимость проектов, приходящаяся на указанные пять стран составляет 725,5 млн. евро, или 45% от данного показателя по группе третьих стран (1624 млн. евро). При этом в 2013-2021 гг. они получили 163,3 млн. евро от ЕС, или 31% от общего бюджета 8 РП в рамках взаимодействия с третьими странами. Это говорит о том, что указанные страны являются ключевыми партнерами ЕС среди третьих стран в процессе МНТС.



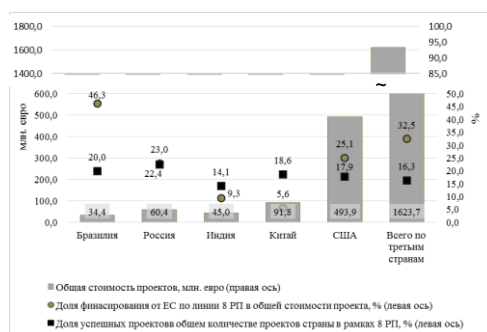


Рисунок 1 – Общая стоимость проектов организаций из третьих стран, уровень поддержки со стороны ЕС и доля успешных проектов в 2014-2020 гг. Составлено автором по данным [3, 4]

Как показано на рис. 1, наибольшая стоимость проектов в 2014-2020 гг. отмечается в совместных проектах ЕС с организациями из США (493,9 млн. евро), доля финансирования которых со стороны ЕС составила 25%. На втором месте по общей стоимости проектов находится Китай (91,8 млн. евро), на третьем – Россия (60,4 млн. евро). Заними следуют Индия (45 млн. евро) и Бразилия (34,4 млн. евро). Наименьший объем грантовой поддержки получили организации из Китая (5,6% от общей стоимости проектов) и Индии (9,3%), участвующие в совместных с ЕС проектах. Организации из Бразилии и России получили от ЕС по линии 8 РП 20% и 23% от общей стоимости проектов, соответственно.

Следует отметить, что самый высокий уровень успешности проектов зафиксирован среди проектов с участием организаций из России (22,4%). Данный показатель отражает уровень успешности проектов в 8 РП среди всех проектов, реализуемых с участием организаций определенной страны. По уровню успешности проектов Россия превосходит не только ключевые третьи страны (Бразилия – 20%, Китай – 18,6%, США – 17,9%, Индия – 14,1%), но и ведущие страны – члены ЕС (самый высокий показатель у Швейцарии – 20,22%). Средний уровень успешности проектов по группе третьих стран в 2013-2022 гг. составил 16,28%, по группе ассоциированных стран – 13,34%, по группе стран – членов ЕС – 11,96% [4]. Отчасти более высокая доля успешных проектов в группе третьих стран по сравнению с ассоциированными странами и странами – членами ЕС объясняется тем, что в рамочных программах инновационного развития принимают участие лучшие исследовательские коллективы научных организаций этих стран. Тем не менее это не отменяет того факта, что Россия лидирует по данному показателю среди всех стран, что свидетельствует о ее высоком научном потенциале.

В России в процессе МНТС с европейскими странами ведущая роль принадлежит научно-исследовательским организациям (43,5% всех участников из России), за которыми следуют организации высшего и



среднего образования (39,8%). На долю частного бизнеса приходится наименьшее количество коллабораций – 6%.

Ключевыми странами–партнерами России в период действия 8 РП были Франция, Германия, Великобритания, Италия, Швеция, Нидерланды и Норвегия. Взаимодействие осуществлялось по следующим приоритетным областям исследований: самолетостроение, экосистемы, базы данных, программное обеспечение, государственное управление, история, датчики, ДНК, вакцины, животноводство.

Принимая во внимание тот факт, что Российская Федерация относится к группе неассоциированных третьих стран, ее организации не имеют права на автоматическое финансирование со стороны ЕС. Финансовая поддержка отечественных организаций, принимающих участие в европейских проектах в области науки и инноваций предусмотрена по линии Федеральной целевой программы «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014-2021 годы», Государственной программы «Научно-технологическое развитие Российской Федерации», Федеральной программы «Развитие передовой инфраструктуры для проведения исследований и разработок в Российской Федерации» и других отраслевых программ. Отметим, что российские участники исследовательских проектов «Горизонт 2020» в 2014-2020 гг. получили 14 млн. евро от ЕС, а также более 47 млн. евро по внутрироссийским программам и из иных источников [5].

Тем не менее несмотря на плодотворное сотрудничество в области исследований и инноваций до 2022 г. в настоящий момент ЕС приостановил реализацию оставшихся на тот момент программ сотрудничества с Россией, что связано с проведением специальной военной операции России на территории Украины. Многие механизмы сотрудничества оказались ограничены или заморожены [6].

Таким образом, Рамочные программы инновационного развития ЕС являются крупнейшими транснациональными научно-исследовательскими и инновационными программами в мире. Их целью является решение глобальных проблем человечества и содействие промышленной модернизации Европы путем согласованных исследовательских и инновационных усилий. Опыт ЕС полезен в процессе консолидации научного потенциала и развития международного научно-технического сотрудничества в странах Евразийского экономического союза и новых регионах экономического партнерства. Учитывая высокий научный потенциал России ей должна принадлежать ведущая роль в организации МНТС с дружественными странами.



### Список использованных источников:

1. Horizon Europe. – Текст : электронный // European Commission website : официальный сайт. – URL: [https://research-and-innovation.ec.europa.eu/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe\\_en](https://research-and-innovation.ec.europa.eu/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe_en) (дата обращения: 15.02.2023).

2. List of Participating Countries in Horizon Europe. – Текст : электронный // European Commission website : официальный сайт. – URL: [https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/docs/2021-2027/common/guidance/list-3rd-country-participation\\_horizon-euratom\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/docs/2021-2027/common/guidance/list-3rd-country-participation_horizon-euratom_en.pdf) (дата обращения: 14.02.2023)

3. Project Details [R&I Projects]. – Текст : электронный // Funding & tender opportunities [Single Electronic Data Interchange Area (SEDIA)] : сайт. – URL: <https://webgate.ec.europa.eu/dashboard/sense/app/98dcd94d-ca66-4ce0-865b-48ffe7f19f35/sheet/erUXRa/state/analysis> (дата обращения: 14.02.2023).

4. Key Figures [R&I Country Profile]. – Текст : электронный // Funding & tender opportunities [Single Electronic Data Interchange Area (SEDIA)] : сайт. – URL: <https://webgate.ec.europa.eu/dashboard/sense/app/a976d168-2023-41d8-acec-e77640154726/sheet/0c8af38b-b73c-4da2-ba41-73ea34ab7ac4/state/analysis> (дата обращения: 14.02.2023).

5. Сотрудничество ЕС – Россия в области исследований и инноваций: результаты программы «Горизонт 2020» и перспективы программы «Горизонт Европа». – Текст : электронный // Представительство Европейского Союза в Российской Федерации : официальный сайт. – URL: [https://www.eeas.europa.eu/delegations/russia\\_ru?s=177](https://www.eeas.europa.eu/delegations/russia_ru?s=177) (дата обращения: 22.02.2023).

6. Ограничительные меры ЕС в ответ на кризис в Украине. – Текст : электронный // Представительство Европейского Союза в Российской Федерации : официальный сайт. – URL: [https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/eu\\_restrictive\\_measures\\_in\\_response\\_to\\_crisis\\_in\\_ukraine\\_rus\\_web\\_march\\_2022.pdf](https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/eu_restrictive_measures_in_response_to_crisis_in_ukraine_rus_web_march_2022.pdf) (дата обращения: 22.02.2023).

© Барский Я.О., 2023



УДК 339.54; 339.97

## ВЛИЯНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ МЕХАНИЗМА ТРАНСГРАНИЧНОГО УГЛЕРОДНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЕВРОСОЮЗА НА ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ С РАЗВИВАЮЩИМИСЯ СТРАНАМИ

Барсукова А.Н., Гущина Е.А.

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

В настоящее время мировое сообщество находится на пороге четвертого энергетического перехода, который характеризуется стремлением стран активно и эффективно осваивать возобновляемые источники энергии для решения проблем, связанных с непрерывным ростом объемов углеродных выбросов в атмосферу за последние десятилетия.

Европейский союз играет ведущую роль в вопросах борьбы с глобальным изменением климата. Так, в 2019 году была проведена первая презентация программы Европейской зеленой сделки, главной целью которой является изменение политики ЕС для сокращения чистых выбросов парниковых газов не менее чем на 55% к 2030 году по сравнению с уровнями 1990 года [1]. На данный момент считается, что наиболее эффективным способом перехода к углеродно-нейтральной экономике является квотирование выбросов в атмосферу и создание рынка углеродных сертификатов. В связи с этим, одной из мер Евросоюза, направленных на снижение выбросов в атмосферу и затрагивающих не только внутренний рынок ЕС, но и внешних партнеров организации, в особенности стран-экспортеров, является введение трансграничного механизма углеродного регулирования, которое должно вступить в силу с 1 октября 2023 года [2].

Трансграничный механизм углеродного регулирования (СВАМ) – это своего рода таможенный сбор, взимаемый странами ЕС при ввозе на территорию союза товаров, производство которых является углеродоемким и сопровождается выбросами  $\text{CO}_2$  в атмосферу. Механизм будет работать следующим образом: компании, экспортирующие продукцию в ЕС, будут обязаны приобретать так называемые сертификаты СВАМ, стоимость которых будет рассчитываться в зависимости от средней недельной аукционной цены квот в Системе торговли выбросами ЕС (далее ETS). Важно заметить, что пока СВАМ будет затрагивать пять



групп товаров: алюминий, цемент, электроэнергию, удобрения, железо и сталь [3, 4].

Введение СВАМ планируется начать поэтапно, старт первого (переходного) периода ожидается в октябре 2023 года. Основная цель данного этапа – собрать информацию об объемах выбросов парниковых газов при производстве импортируемой продукции для уточнения и корректировки методологии заключительного этапа перехода к СВАМ. Первый этап по сути является информационным для всех заинтересованных сторон, поэтому платежи с импортных товаров взиматься не будут. После вступления в силу постоянной системы с 1 января 2026 года экспортеры должны будут ежегодно декларировать количество товаров, ввезенных на территорию ЕС, и объем выделяемых при их производстве парниковых газов. Ожидается, что введение механизма будет стимулировать декарбонизацию за пределами Евросоюза, особенно при наличии и доступности альтернативных низкоуглеродных технологий производства [4].

С одной стороны, действие СВАМ в ЕС может стать отличным стимулом к принятию аналогичных мер в других странах. Поскольку у экспортера есть возможность снизить стоимость сертификата СВАМ, доказав, что цена за углерод, использованный при производстве продукции, была уплачена в стране-производителе, это может побудить партнеров ЕС к принятию внутреннего механизма углеродных цен аналогичному ETS. С другой стороны, процесс декарбонизации является сложным и долгим даже для развитых стран, которые уже двигаются в этом направлении, поэтому некоторые эксперты призывают ожидать «перераспределения ресурсов». Производители углеродоемких товаров, в попытке уйти от дополнительных сборов, будут экспортировать в ЕС продукцию с низким содержанием углерода, а более «грязную» продукцию реализовывать на внутреннем рынке или рынках стран, не входящих в Евросоюз. Также возможное искусственное перераспределение выбросов между различными факторами производства, секторами или компаниями, и таким образом государство или компания могут заявить, что снизили содержание углерода в товарах, экспортируемых в ЕС, не внося никаких реальных изменений в производственный процесс.

Несомненно, введение дополнительных обязательных платежей для стран-экспортеров окажет влияние не только на стоимость конечных товаров на рынках стран ЕС, но и на объем импортируемых ЕС товаров, попадающих под трансграничное регулирование. В первую очередь именно производители продукции, подпадающей под СВАМ, столкнутся с дополнительными расходами, в особенности развивающиеся страны, так как им будет сложнее всего оперативно снизить углеродоемкость своих



товаров, а на их долю приходится около 20-30% импорта ЕС энергоемкой продукции [5].

Мировое сообщество неоднозначно относится к решению Евросоюза ввести подобный механизм. Например, на встрече стран BASIC по вопросам изменения климата в 2021 году государства выразили озабоченность по поводу того, что введение односторонней пограничной корректировки углеродных границ является торговым барьером, применение которого, по их мнению, будет нарушать принцип общей, но дифференцированной ответственности (далее CBDR-RC) [6]. Принцип CBDR-RC – это принцип ООН, относящийся к международному экологическому праву и закрепленный в Парижском соглашении. Он подразумевает, что все страны несут ответственность за решение глобальных экологических проблем, но не в равной степени и по мере возможностей, что позволяет государствам определять размер своего вклада самостоятельно.

Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) в своем докладе представила итоги моделирования действия СВАМ с использованием анализа глобальной торговли (GTAP-E), которая охватывает всю мировую экономику и включает подробные данные по 147 регионам и 65 секторам, а также данные по объемам выбросов углерода от сжигания ископаемого топлива и промышленных процессов [7]. Авторы рассмотрели два сценария ценообразования на сертификаты: СВАМ 44 (44 долл. США за 1т выбросов CO<sub>2</sub>) и СВАМ 88 (88 долл. США за 1т выбросов CO<sub>2</sub>). Они пришли к выводу, что экспорт развивающихся стран в затронутых СВАМ отраслях сократится на 1,4% и 2,4% при применении соответствующих цен на сертификаты.

Таблица 1 – Изменения в экспорте энергоемкой продукции развивающихся стран, % [7]

Система	Бумажные изделия	Добыча нефти, угля	Химикаты, удобрения	Цемент, стекло	Сталь, черные металлы	Алюминий	Электроэнергия
СВАМ 44	-0,78	-0,52	-1,35	-5,29	-1,68	-0,85	-11,22
СВАМ 88	-1,52	-0,93	-2,44	-8,35	-2,95	-1,51	-16,57

Моделирование СВАМ в действии по двум сценариям показало, что объем экспорта энергоемкой продукции развивающихся стран сократится (табл. 1). Самые серьезные последствия затронут такие товарные группы, как цемент и стекло (↓ на 5% при СВАМ 44, ↓ на 8% при СВАМ 88) и электроэнергию (↓ на 11% при СВАМ 44, ↓ на 16% при СВАМ 88).

Однако, стоит отметить, что последствия введения СВАМ будут различаться по странам в зависимости от их товарной структуры экспорта в ЕС и интенсивности производства углерода. Согласно этой модели, в некоторых странах наблюдается значительное сокращение экспорта в ЕС



товаров энергоемких секторов, например, в России, Сербии, Боснии и Герцеговине, Украине, Египте, ЮАР, а также в регионах Центральной и Юго-Восточной Азии. Это приведет к росту внутриинтеграционной торговли ЕС и переориентации внешних торговых партнеров Евросоюза на страны другого региона, проявится упомянутый ранее эффект «перераспределения ресурсов» [7].

Авторы другого исследования – «Влияние СВАМ на торговых партнеров ЕС: последствия для развивающихся стран» [8] – считают, что с точки зрения объема экспорта в ЕС, наиболее пострадавшими экономиками станут Турция, Украина, Китай и Россия. По данным на 2019 эти страны экспортировали в ЕС энергоемкие товары (черная металлургия, алюминий, удобрения, электроэнергия) на сумму около 12,5 млрд. долл. США. При условии введения СВАМ, страны будут вынуждены выплатить более 1,3 млрд. долл. США за 1 тонну выбросов CO<sub>2</sub>: Турция и Китай – более 200 млн. долл. США, Украина – более 290 млн. долл. США, а Россия – более 600 млн. долл. США. Нельзя отрицать, что Россию значительно затронет введение СВАМ. Под действие СВАМ попадет 5,7% российского экспорта в ЕС и 2,4% от всего экспорта РФ в размере 700 млрд. руб. [9]. Кроме того, основным негативным аспектом СВАМ для России может быть расширение перечня экспортных товаров, на которые будет распространяться регулирование, например, на нефтепродукты, а также учет не только прямых, но и косвенных выбросов при производстве продукции. При этом с отрицательными последствиями введения СВАМ столкнутся и сами страны Евросоюза, в особенности Финляндия, у которой основным экспортером электроэнергии (28-29%) и химической продукции (66-77%) является Российская Федерация.

Таким образом, сейчас СВАМ используется как рычаг давления на развивающиеся страны, который имеет лишь небольшое прямое влияние на уровень выбросов и экологическую ситуацию. Один из возможных исходов – введение внутренних тарифов на выбросы CO<sub>2</sub> в развивающихся странах, что должно позволить снизить затраты на покупку углеродных сертификатов и получить дополнительный источник дохода для государства, который в дальнейшем можно будет инвестировать в переход от углеродоемких отраслей промышленности к «зеленым». Однако, введение СВАМ серьезно повлияет на большинство торговых потоков и на торгово-экономические отношения ЕС с развивающимися странами. Именно эта группа стран будет наиболее подвержена негативным последствиям в связи с невозможностью быстрого достижения снижения углеродоемкости продукции некоторых своих ключевых отраслей, что вызвано недостаточным уровнем развития инноваций и технологий в области сокращения парниковых выбросов при производстве. Также



можно ожидать изменение товарной структуры экспорта развивающихся стран и перенаправление продукции в страны без углеродных барьеров.

**Список использованных источников:**

1. A European Green Deal, European Commission [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en) (дата обращения: 12.05.2023)

2. Deal reached on new carbon leakage instrument to raise global climate ambition, European Parliament [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20221212IPR64509/deal-reached-on-new-carbon-leakage-instrument-to-raise-global-climate-ambition> (дата обращения: 12.05.2023)

3. Proposal for a regulation of the european parliament and of the council establishing a carbon border adjustment mechanism, Brussels, 14.7.2021, European Commission [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A52021PC0564> (дата обращения: 12.05.2023)

4. Carbon Border Adjustment Mechanism, European Commission [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://taxation-customs.ec.europa.eu/carbon-border-adjustment-mechanism\\_en#next-steps](https://taxation-customs.ec.europa.eu/carbon-border-adjustment-mechanism_en#next-steps) (дата обращения: 12.05.2023)

5. UNCTADStat, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctadstat.unctad.org/> (дата обращения: 12.05.2023)

6. Joint Statement issued at the conclusion of the 30th BASIC Ministerial Meeting on Climate Change hosted by India on 8th April 2021, South African Government [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gov.za/speeches/joint-statement-issued-conclusion-30th-basic-ministerial-meeting-climate-change-hosted> (дата обращения: 12.05.2023)

7. A European Union Carbon Border Adjustment Mechanism: Implications for developing countries, 14 Jul 2021, UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://unctad.org/system/files/official-document/osginf2021d2\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/osginf2021d2_en.pdf) (дата обращения: 12.05.2023)

8. Impacts of CBAM on EU trade partners: consequences for developing countries, March 2022, Agence Française de Développement [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.afd.fr/en/ressources/impacts-cbam-eu-trade-partners-consequences-developing-countries> (дата обращения: 12.05.2023)

9. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов (утв. Минфином России) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_396691/38a3e5bfa31a3c311f566b4a85a6829f3e27a9cf/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396691/38a3e5bfa31a3c311f566b4a85a6829f3e27a9cf/) (дата обращения: 12.05.2023)

© Барсукова А.Н., Гущина Е.А., 2023





УДК 330.101.541; 327.8

## МИРОВОЙ ПОРЯДОК БУДУЩЕГО: ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ, ЛИДЕРЫ И АУТСАЙДЕРЫ

Бартенев С.В.

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

Цель данной работы – попробовать, на основании имеющихся у нас статистических данных и проведённых ранее исследованиях, представить, каким может быть мировой порядок будущего, с горизонтом прогнозирования в 50 лет. Прогноз будет сконструирован по трём, на наш взгляд, важнейшим факторам. Мы выделим основные тренды экономического характера, которые и возьмём за основу работы.

За базовый экономический фактор, напрямую влияющий на расстановку сил в рамках мирового порядка будущего, мы возьмём человеческие ресурсы. Не секрет, что колоссальные темпы роста населения, в последнюю четверть века, составившие 33% (на 2.5 млрд. с 1995 г.), мягко говоря, географически не сбалансированы. Наглядным примером будет Бангладеш, население которого на 20 миллионов больше населения Российской Федерации, при территории сопоставимой с Вологодской областью.

Согласно прогнозам департамента по экономическим и социальным вопросам ООН, к 2050 году в десятке стран по численности населения не будет ни одного европейского государства. Лидером по данному показателю станет Индия, сместившая Китай на второе место уже в наши дни. Российская федерация ориентировочно опустится на 14 место. В целом же, 50% прироста мирового населения обеспечат всего 8 стран: Индия, Нигерия, Пакистан, ДРГ, Эфиопия, Танзания, Египет и США. Причём вклад последних будет минимальным [1]. Не нужно обладать самым цепким взглядом, чтобы подметить явный перевес африканской подсистемы, а конкретно Тропической Африки южнее Сахары. Данный регион славится своими антирекордами, будучи территорией наименее развитых стран мира.

Не сложно представить, к чему может привести сочетание низкого уровня жизни и огромных людских масс. Есть основания полагать, что в будущем центр мировой политической нестабильности сместится из арабского мира в чёрную Африку, что не может не отразиться на ближайших подсистемах, в том числе европейской. Будет ли существовать Европейский союз – вопрос безответный и даже бесполезный. В том или ином виде, консолидация среди европейских стран сохранится в любом случае, ввиду плотных культурных и экономических связей. Однако факт в



том, что нестабильный африканский континент однозначно будет дестабилизировать европейские страны, прежде всего через миграционные процессы.

Опыт последнего десятилетия показал, насколько беженцы могут влиять на внутривнутриполитические процессы. Всего за три года, с 2013 по 2015 гг., ЕС принял от 2.8 до 3 миллионов беженцев из стран Ближнего Востока и Африки, что сравнимо с населением Литвы (самой большой страной Прибалтики по уровню населения) [2]. Культурные противоречия и экономические издержки государства приведут к социальному напряжению, способному трансформироваться в колоссальные тектонические сдвиги внутриевропейской политики, вплоть до изоляционизма, дезинтеграции и знакомого по истории античности римского сценария.

Вторым немаловажным фактором может стать общемировой дефицит энергоресурсов и новый энергетический переход. В условиях исчерпания природных залежей углеводородов, в том числе трудноизвлекаемых запасов нефти и газа из сланцев, может произойти масштабная ревизия центров силы во всей политической макросистеме земного шара. Если нынешние лидеры по нефтегазовой отрасли не смогут перепрофилироваться с рентной экономики и экстенсивного развития на сферу высоких технологий и инноваций, ресурсное проклятие сыграет с ними злую шутку. В том числе эти риски актуальны и для России, 22% ВВП которой напрямую проистекает из нефтегазовых «сливок» [3]. Энергетический переход не выгоден современной России, как и целому ряду государств, чья экономика завязана на экспорте углеводородов, таким как Саудовская Аравия, Ирак, ОАЭ, Канада, Кувейт, Иран, Венесуэла, Катар и другие.

Исходя из обозначенного фактора можно сделать вывод, что под угрозой экономической стагнации могут оказаться многие, ныне влиятельные, государства Ближнего Востока. Можно утверждать, что кризис энергоносителей не прибавит в благоденствии и без того нестабильному региону. Нас вполне могут ожидать новые горячие точки в арабском мире, вызванные продолжительной экономической рецессией, арабскими вёснами 2.0 и эскалацией арабо-израильских антагонизмов. Что, в свою очередь, помимо ослабления нынешних ближневосточных региональных гегемонов, дестабилизирует и соседствующие с ними подсистемы, в том числе и Европу. Энергетические пертурбации лишь подорвут экономическую устойчивость европейских государств, а миграционные потоки из обедневших мусульманских стран внесут свою лепту, рассмотренную нами ранее.

По итогу, в выигрыше окажутся те страны, которые сумеют соблюсти баланс между тактически значимой рентной экономикой и



стратегически верными инновациями, в том числе в отрасли альтернативных возобновляемых источников энергии. Здесь дополнительные очки в пользу Китая, активно вкладывающегося в развитие зелёной энергетики и вышедшего на объёмы производства, более чем в два раза превышающие оные в США. Насколько это лидерство окажется долговечным – вопрос спорный, однако фактом является то, что поднебесная является лидером в данной отрасли и существенно опережает «серебряного призёра».

Так, в 2020 году на долю Китая приходилось 80% мирового производства солнечных панелей. Все пять ведущих мировых производителей панелей находятся в Китае. Аналогично, семь из 10 ведущих мировых производителей ветряных турбин – китайские [4]. Для китайских властей энергетический переход – одна из главнейших задач на ближайшие десятилетия и вполне может оказаться так, что именно эта ставка определит будущего архитектора мирового порядка.

И наконец важнейшим фактором, конструирующим наше будущее, станет распределение мирового ВВП. Можно сказать, что данный фактор является суммой многих других, в том числе и тех, что были приведены ранее. Однако данную совокупность я бы определил наиболее значимой, в какой-то степени даже детерминантой. Чтобы нивелировать риски от перенаселения или же наоборот демографической ямы, путём привлечения качественных трудовых ресурсов из-за рубежа, нужны средства. Чтобы вовремя присоединиться к гонке высоких технологий, преуспеть в реалиях будущей энергетической системы и не сойти с дороги истории, столь стремительно превращающейся по своей динамике в автобан, на её обочину – государству нужны огромные средства.

Поэтому, крайне важным мерилom потенциального успеха является уровень богатства государства, для измерения которого максимально подходящим и общепризнанным остаётся уровень ВВП. Согласно прогнозам аналитиков из Goldman Sachs, к 2075 году пятёрка крупнейших экономик мира будет выглядеть следующим образом (по убыванию): Китай, Индия, США, Индонезия и Нигерия. Япония и Германия будут вытеснены на 12 и 9 место соответственно, Россия же не будет входить даже в десятку [5]. Безусловно, любое долгосрочное прогнозирование носит, в немалой степени, провокационный характер. В условиях развивающегося общества, пусть и оттормаживающего в последние десятилетия, но тем не менее весьма динамичного, крайне сложно учесть все факторы, просчитать достоверно траектории и выдать некое подобие объективно выверенного сценария. Оттого всё, что было проанализировано нами в рамках этой работы, носит весьма субъективный характер. Нет никаких гарантий от того, что откуда ни возмись не появится какой-нибудь «чёрный лебедь», способный обнулить все



имеющиеся данные и сломить общие тренды развития. И всё же есть основания полагать, что приведённые в данной работе цифры являются объективным отражением протекающих процессов по нескончаемой трансформации мирополитической системы.

**Список использованных источников:**

1. Population Division World Population Prospects 2022 UN DESA: <https://population.un.org/wpp/>

2. Миграционный кризис в Европе в цифрах и графиках BBC [https://www.bbc.com/russian/international/2016/02/160219\\_migrant\\_crisis\\_charts](https://www.bbc.com/russian/international/2016/02/160219_migrant_crisis_charts)

3. Росстат опубликовал информацию о доле нефтегазового сектора в ВВП России в I квартале 2022 года: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/174229>

4. "Зеленый переход" Китай бьет рекорды в чистой энергетике: <https://ria.ru/20211228/energetika-1765825979.html>

5. Прогнозы Goldman Sachs до 2075 года: [https://finex-etf.ru/university/news/prognozy\\_goldman\\_sachs\\_do\\_2075\\_goda\\_4\\_temy\\_dlya\\_obsuzhdeniya\\_budushchego\\_globalnoy\\_ekonomiki/](https://finex-etf.ru/university/news/prognozy_goldman_sachs_do_2075_goda_4_temy_dlya_obsuzhdeniya_budushchego_globalnoy_ekonomiki/)

© Бартенев С.В., 2023

**УДК 332.72**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ПРОДАЖИ  
ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО ИМУЩЕСТВА  
НА ТОРГАХ**

Бекбулатова А.А., Тарута С.В.

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

В данной статье рассматриваются особенности процесса продажи государственного и муниципального имущества на торгах и формулируются предложения по его усовершенствованию. Функционирование рыночной экономики невозможно представить без развитого института частной собственности, поэтому вопрос о продаже государственного имущества на торгах, как одном из способов приватизации, является достаточно актуальным в наши дни. Целью статьи является рассмотрение отечественного опыта продажи государственного и муниципального имущества.

Процесс продажи государственного и муниципального имущества на торгах является достаточно актуальным в условиях современности. Что в основном связано с укреплением экономической ситуации в стране, а также стабильностью отношений с публично-правовыми образованиями. В



соответствии с действующим законодательством, имущество, которое находится в государственной (муниципальной) собственности, но не используется для решения вопросов местного значения, должно включаться в планы приватизации. Все доходы, получаемые от приватизации имущества, направляются в государственный и местный бюджет для решения общественно-важных задач. Так как цена на приватизированное имущество часто ниже рыночной, то аренда и продажа госимущества на торгах является экономически более выгодной для частных лиц и субъектов малого и среднего бизнеса.

Цель статьи – изучить особенности процесса продажи государственного и муниципального имущества на торгах и разработать соответствующие рекомендации для его совершенствования. Данная цель достигалась посредством решения следующих задач: рассмотреть основные особенности продажи государственного и муниципального имущества на торгах; изучить объекты и субъекты продажи государственного и муниципального имущества на торгах; разработать рекомендации по совершенствованию процесса продажи государственного и муниципального имущества.

Согласно Федеральному закону от 21.12.2001 №178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества» продажа государственного и муниципального имущества – возмездное отчуждение имущества, находящегося в собственности РФ, субъектов РФ, муниципальных образований, в собственность физических и (или) юридических лиц [1]. Данный закон определяет 5 способов продажи такого имущества:

1. Аукцион – процесс покупки и продажи товаров или услуг путем выставления их на торги, принятия ставок, а затем продажи товара тому, кто предложит самую высокую цену, или покупки товара у того, кто предложит самую низкую цену. Аукционы бывают открытыми и закрытыми. Специализированный аукцион проводят для того, чтобы продать акции открытых акционерных обществ. В результате таких торгов все победители получают акции по одной цене. Для участия покупатель должен подать заявку, вместе с заявкой он подает ценовое предложение – сумму, которую готов потратить на покупку;

2. Конкурс, как один из способов продажи государственного имущества, проводят, если хотят продать больше 50% акций АО или доли уставного капитала ООО; объекты культурного наследия. Чтобы поучаствовать в конкурсе, нужно подать заявку и внести задаток – 20% от начальной цены.

3. Под продажей имущества посредством публичного предложения понимается процедура, в которой победителем признается участник, подтвердивший цену первоначального предложения или цену



предложения, сложившуюся на соответствующем «шаге понижения», при отсутствии предложений других участников.

4. Продажа без объявления цены – процедура, при которой продавец определяет победителем участника, предложившего наиболее высокую цену за имущество. Продажа без объявления цены проводится в случае, если продажа этого имущества посредством публичного предложения не состоялась.

Объектом рассматриваемого в статье процесса является имущество, находящееся в государственной и муниципальной собственности. Как правило, это недвижимость, земельные участки, транспорт, акции и т.д. Продавец размещает все необходимые сведения об объекте приватизации на специализированный государственный сайт ГИС «Торги». Согласно данным государственной информационной системы «Торги» на 16 декабря 2022 года на сайте размещено 71270 лотов о продаже (приватизации) государственного имущества [2].

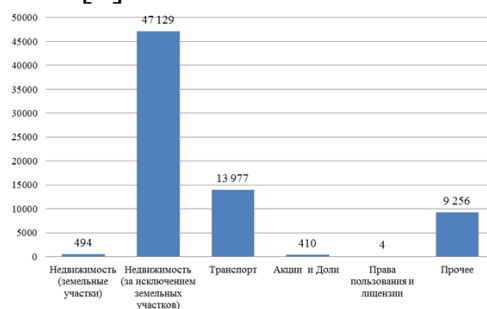


Рисунок 1 – Количество размещенных торгов по категориям

Из данных, представленных на рис. 1, следует, что наибольшую долю занимают продажи государственной и муниципальной недвижимости на торгах (66,12 %), транспорт – 19,61% от общего количества лотов по продаже (приватизации) госимущества, 0,69% приходится на земельные участки, 0,57% – акции и доли, 0,0% – права пользования и лицензии, 12,99% – прочее (оборудование, электронная и бытовая техника, стройматериалы, инструменты).

Субъектами процесса продажи государственного и муниципального имущества на торгах выступают Продавец, Покупатель и Организатор торгов. Продавец – лицо, определенное в соответствии с Федеральным законом о приватизации: Федеральное агентство по управлению государственным имуществом, Министерство обороны РФ, уполномоченный орган субъектов РФ или орган местного самоуправления. Покупатель – любое физическое и юридическое лицо, за исключением государственных и муниципальных предприятий, организаций, а также юридических лиц, имеющих в своем капитале долю РФ, субъектов РФ или муниципальных образований. На различных этапах проведения процесса продажи госимущества Покупатель выступает в качестве Участника, Претендента или Победителя. Организатор – юридическое лицо,



включенное в утверждаемый Правительством РФ перечень юридических лиц для организации продажи государственного и муниципального имущества в электронной форме. На конец 2022 года перечень юридических лиц включает 8 компаний: АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан», АО «Единая электронная торговая площадка», АО «Российский аукционный дом», АО «ТЭК – Торг», АО «Электронные торговые системы», ЗАО «Сбербанк – Автоматизированная система торгов», ООО «РТС – тендер», ООО «Электронная торговая площадка ГПБ» [2].

На рис. 2 представлен технологический процесс продажи государственного (муниципального) имущества на аукционе с помощью Диаграммы Ганта.

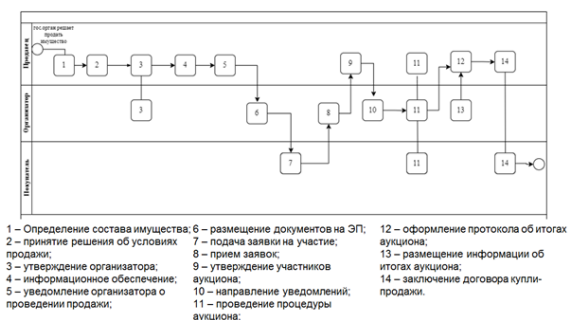


Рисунок 2 – Описание технологии процесса продажи государственного (муниципального) имущества на аукционе

Таким образом, организация и проведение аукциона по продаже государственного имущества – это довольно длительный и ответственный процесс, состоящий из 14 последовательных этапов и требующий активного взаимодействия между всеми субъектами процесса.

Для усовершенствования процедуры продажи государственного и муниципального имущества представляется необходимым реализовать следующие рекомендации:

1. Внести изменения в статьи 18 и 23 Закона № 178-ФЗ в части признания несостоявшимся аукционов и продажи посредством публичного предложения, если победители уклонились от подписания договора купли-продажи.

2. Необходимо внести поправки, касающиеся действий продавца имущества в таких ситуациях, а именно переход к следующему способу продажи: от аукциона к публичному предложению, от публичного предложения к продаже без объявления цены. Также целесообразно будет ввести норму о возможности заключения договора с участником, который занял второе место на торгах, в случаях отказа победителя от покупки имущества. Это действие позволит реализовать имущество, не проводя повторных процедур, что экономит время и ресурсы организаторов торгов.



3. Создать реестр недобросовестных покупателей в сфере приватизации имущества. В данный реестр сроком на один год будут включаться участники торгов, которые два и более раз стали победителями торгов, но при этом уклонились от заключения договоров купли-продажи имущества без веских на это оснований. Эта мера позволит сократить количество покупателей, умышленно срывающих приватизационные торги органов власти.

4. Заняться активным вовлечением граждан в процессы приватизации государственного и муниципального имущества в целях повышения суммы поступления в государственный бюджет от продажи государственного имущества частным лицам. В виду этого рассматривается несколько различных подходов в повышении заинтересованности лиц, готовых принять участие в торгах: разработка мобильного приложения официального сайта торгов, которая позволит увеличить охват граждан; размещение рекламы с актуальными торгами на различных веб-сайтах; проведение информационной работы с населением путем проведения онлайн трансляции сотрудниками или разработчиками официального сайта торгов.

Таким образом, вышеуказанные рекомендации позволят оптимизировать процедуры реализации имущества и повысить качество договорной работы, проводимой по итогам торгов по приватизации государственного имущества.

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

1. О приватизации государственного и муниципального имущества: Федеральный закон от 21.12.2001 N 178-ФЗ // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_35155/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_35155/) – Режим доступа: электронный (дата обращения: 04.11.2022)

2. Официальный сайт Российской Федерации для размещения информации о проведении торгов. – URL: <https://torgi.gov.ru/new/> / (дата обращения: 10.11.2022).

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_law\\_5142](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_5142) – Режим доступа: электронный (дата обращения: 04.11.2022)

4. Цава Д.Г., Греченкова О.Ю. Правовое регулирование приватизации государственного и муниципального имущества по законодательству Российской Федерации //ModernScience. – 2019. – №. 10-1. – С. 196-198. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41177798> (дата обращения: 05.12.2022). – Режим доступа: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU





5. Армянинова А. А. Государственные услуги в сфере приватизации государственного и муниципального имущества //Актуальные вопросы развития национальной экономики. – 2019. – С. 21-25. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42677728> (дата обращения: 04.11.2022). – Режим доступа: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

© Бекбулатова А.А., Тарута С.В., 2023

УДК 303.62

## РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БРЕНДА ОДЕЖДЫ

Белова П.В., Радионов Н.В., Гусева М.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Сегодня одежда является неотъемлемой частью нашей жизни. Современный потребитель стремится соответствовать обликом текущим тенденциям моды. С приходом модной категории Fast-fashion появилась проблема, о которой мало кто задумывается. Исследование международной консалтинговой компании McKinsey & Company подтверждает, что увеличение количества ненужной, выбрасываемой одежды отрицательно влияет на экологию. Кроме того, сектор легкой промышленности выбрасывает в атмосферу около 2,1 миллиарда тонн парниковых газов ежегодно [1]. Одним из вариантов решения данной проблемы является внедрение в продажу трансформируемой одежды. Изготовление таких изделий снижает, в целом, общую материалоемкость совокупных производственных партий, а трансформация позволяет часто менять образы [2], что соответствует требованиям моды Fast-fashion [3]. Тем не менее, несмотря на насыщенность рынка товарами, предприятия продолжают выпуск швейных изделий [4]. Для эффективного производства и сбыта продукции важным является изучение потребительского спроса на конкретный вид и ассортимент.

Известно, что существует спрос – должно быть и предложение на рынке [5]. Для этого необходимо создать продукт, после чего вывести его на производство для конкретных целей. Одним из современных способов внедрения продукта среди молодежи является выпуск одежды под брендом молодежных организаций. Единичному производителю сложно повлиять на рынок и невозможно удовлетворить все запросы потребителей. Преуспевание компании возможно исключительно с ориентацией на конкретный сектор рынка, где целевая аудитория с большей долей



вероятности будут заинтересована в предложенной маркетинговой программе.

Целью представляемого исследования стала разработка маркетинговой стратегии для продвижения узнаваемости бренда молодежных курток с трансформируемыми элементами.

Маркетинговая стратегия продвижения представляет собой процесс разработки методов стимулирования сбыта [6]. Кроме того, современный маркетинг определяет подобную стратегию как комплекс мероприятий, позволяющих осуществлять эффективное продвижение посредством использования различных средств – рекламы, прямого маркетинга, персональных продаж, паблик рилейшнз. Формирование стратегии продвижения на потребительском рынке предполагает изучение психологии и вкусов потребителя. Поэтому немаловажным аспектом является то, какую роль играет каждый конечный потребитель и его осознание, и восприятие бренда. Эффективность в построении стратегии продвижения определяется тремя основными составляющими: коммуникационная эффективность, экономическая и социальная эффективность [4]. В качестве модели продвижения продукта на потребительский рынок выбрана «consumer decision journey», выявляющая новые возможности, каналы и точки соприкосновения для взаимодействия с клиентом.

В качестве объекта исследования выбрана куртка-трансформер класса спецодежды для социальных работников – вожатых, работающих в детских оздоровительных лагерях. Традиционно, на протяжении десятилетий, популярным в России досугом подрастающего поколения во время летних каникул были поездки в детский оздоровительный лагерь. При этом многие пионеры после окончания школы и достижения совершеннолетнего возраста стремились вернуться в места любимого отдыха в качестве вожатых. Поскольку проектируемое изделие предназначено для определенной целевой аудитории – работников детских оздоровительных лагерей, то на первом этапе исследования сформирован социально-психологический портрет потребителей. Это студенты, желающие работать вожатыми в период летних каникул, на природе, в условиях сменяемости климата, люди, проявляющие интерес к педагогике, к контактной работе с детьми.

Исследованиями установлено, что форма пионервожатых редко отвечает одновременно эстетическим и эксплуатационным требованиям. Учитывая территориальные особенности климатических поясов РФ, высокую вероятность одномоментной смены погоды, определено, что проектируемое изделие будет эксплуатироваться как в ясную, солнечную погоду, так и в период дождей и похолоданий. Выбор вида трансформации основан на проведенных нами маркетинговых исследованиях.



Анкетированием опрошены 106 человек – это молодые мужчины и женщины в возрасте до 25 лет, обучающиеся на базе для вожатых детских оздоровительных лагерей. Респондентам предложено выбрать предпочитаемый вид одежды из представленного ассортимента: ветровка, жилет, джинсовая куртка, кожаная куртка, трикотажный кардиган и толстовка. Выявлено, что среди целевой аудитории потребителей наиболее востребованным видом верхней одежды для летнего периода являются ветровки и толстовки. Наименьшей популярностью пользуется трикотажный кардиган. Из предложенных вариантов трансформации (съемные рукава, возможность регулировки силуэта, возможность регулировки длины, съемные декоративные элементы) предпочитаемым элементом (63%) выбраны отстегивающиеся рукава.

Для обеспечения комфортного самочувствия вожатого при разнообразных трудовых условиях, выбрано оптимальное конструктивно-технологическое устройство специальной форменной одежды, как куртки с элементами трансформации – это отстегивающиеся рукава и капюшон. Благодаря быстрому раскрытию разъемных замков-молний, расположенных по проймам и горловине, изделие мгновенно преобразуется в жилетку.

Следующим шагом является разработка уникального брендинга. Для того, чтобы привлечь внимание аудитории к товару, нужно разработать уникальный брендинг. Создание логотипа является неотъемлемой частью бренда. Для повышения узнаваемости нашего продукта разработаны модель изделия и логотип предполагаемого бренда (рис. 1). Основными характеристиками логотипа выбраны простота и узнаваемость, основанные на сочетании визуальных и вербальных сигнальных признаков – заглавной буквы слова «вожатый» и галстука (ассортиментно-предметная принадлежность работника детских оздоровительных лагерей).



Рисунок 1 – Художественный эскиз разрабатываемого изделия

Третий этап исследования посвящен созданию контента. Хороший контент способен привлечь внимание и помочь убедить аудиторию в том, что куртки лучшие в этой индустрии. Разработанный контент включает разнообразные составляющие: 1) фото- и видео-ряды, демонстрирующие швейные изделия – куртки, особенности их конструктивно-декоративного решения, стильность, 2) статьи и блоги о продукции, для широкого знакомства аудитории с брендом, 3) промо-контент в социальных сетях, с визуальной и вербальной информацией о клиентуре.



Четвертый этап посвящен развитию партнерства и кооперации. Потенциальные клиенты – это работающие граждане, многие из них владеют фирмами, при этом, общаются с друзьями, являются членами различных сообществ, поэтому, потенциально могут привлечь внимание других представителей социума к выпускаемой продукции. Необходимо организовывать партнерства с другими фирмами и брендами, чья аудитория соответствует аудитории разрабатываемого бренда. Интересным методом является создание программ лояльности и рекомендации бонусов (дисконтных, скидочных) для тех клиентов, которые порекомендуют наш продукт своим друзьям.

Последним шагом являются онлайн-продажи. Основные действия на данном этапе: 1) создаются интернет-магазин и списки рассылок для связи с аудиторией через E-mail-маркетинг, 2) ведение социальных медиа страниц, связанных с профессионалами и готовыми клиентами.

Разработка маркетинговой стратегии продвижения продукции на рынок – это процесс коммуникации с рынком, способ информирования общества о предприятии и его продуктах. От правильности выбора стратегии маркетинга и программы мероприятий, направленных на их достижение за определенный период, зависит успех кампании по выводу товара на рынок – бренда курток с элементами трансформации.

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

1. Industries retail our insights fashion on climate. McKINSEY.COM [Интернет-источник] URL: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/fashion-on-climate> (дата обращения 12.03.2022).

2. Рожина Е.Ю., Селиванова И.В. Поколение Z как потребители товаров и услуг // Российское предпринимательство. 2017. № 24.

3. Али К.К., Гусева М.А., Швайбович А.В. Апсайклинг меховой одежды как индикатор социогенных потребностей современного человека // В сборнике: Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2022). сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Москва, 2022. С. 168-172.

4. Быкова Д.Ю., Гусева М.А. О вызовах современной экономики на рынке стильной одежды национального кроя // В сборнике: Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2022). сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Москва, 2022. С. 151-155.

5. Малхотра Н. Маркетинговые исследования – Москва: Дом Вильяме, 2018. – 280 с.

6. Ноздрева Р. Б. Маркетинг: учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу – Москва: Юристъ, 2017. – 568 с.

© Белова П.В., Радионов Н.В., Гусева М.А., 2023



УДК 339.138, 78.071

## ПРИМЕНЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

Белугина В.В., Криворотова Д.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Музыкальный маркетинг – это использование стратегических сообщений и рекламы для связи музыкальных исполнителей с их фанатами, а также информирования новой аудитории о музыкальной карьере исполнителя и последних его работах [3]. Применение музыкального маркетинга предполагает использование множество тактик: от традиционных методов, таких как распространение альбомов с новыми записями, до современных усилий в области цифрового маркетинга, таких как размещение видео-контента на платформах социальных сетей.

Музыкальный маркетинг может быть самостоятельной попыткой независимых исполнителей донести свою музыку до преданных поклонников или более масштабной стратегией, планируемой совместно со звукозаписывающим лейблом с выделенным бюджетом и музыкальным пиар-агентом.

Музыкальная индустрия производит, распределяет и продаёт музыкальные товары. Каждый исполнитель в начале творческого пути принимает решение о дальнейшем развитии деятельности – самостоятельно продвигать музыкальный продукт или заключить контракт с продюсерским центром. От этого решения зависит выбор маркетинговых инструментов и, соответственно, судьба артиста в творческой индустрии – музыкальные хиты рождаются не только благодаря таланту композиторов и исполнителей, но и благодаря усилиям продюсеров.

Основная задача музыкального маркетинга – распространить информацию об исполнителе и привлечь как можно больше людей к его музыкальному товару. Под товаром подразумевается музыка в любых ее проявлениях: одиночный сингл, целый альбом или концерт артиста.

На текущий момент не существует универсального алгоритма раскрутки на рынке, подход должен быть индивидуальным, но в последнее время в сфере музыки используются следующие инструменты маркетинга.

Социальные сети. Если музыкальный проект сейчас не присутствует в соц. сетях, можно считать, что его не существует. При этом нужно очень серьезно заботиться о контенте: не только выкладывать посты о новых треках, но и выкладывать фотографии, видео с гастролей, бэкстейджи с выступлений и работу на студии. Ещё один способ сделать музыку более



прослушиваемой – записать под неё короткое видео и выложить в приложении «VK клипы». Это является хорошим маркетинговым инструментом, так как часто люди переходят в звук, под который снят видеоряд, и слушают полную версию песни.

Стриминговые сервисы. Целью стратегии продвижения на стриминговой платформе является использование различных каналов размещения музыкального продукта. Такие сервисы, как Яндекс.музыка, Сберзвук, VK Музыка, МТС Music очень популярны благодаря успешным продуктово-маркетинговым стратегиям. Данные площадки выступают маркетплейсами для музыкальных продуктов, являются, по своей сути, единственным местом его размещения, а также во многом определяют путь потребителя, психологические факторы взаимодействия с музыкальным продуктом [0].

Кино. Одними из основных и важных задач артиста являются постоянное отслеживание рынка и тенденций, а также прогнозирование спроса. Нужно уметь анализировать, а иногда и просто чувствовать, какие грядут изменения, как поменяются те или иные тренды. К примеру, если появилась новость о выходе нового высокобюджетного фильма или сериала, то стоит попробовать написать к нему саундтрек, а затем попытаться связаться с продюсером и предложить ему материал. Возможно, что песня не станет саундтреком, но она подойдет к одному из эпизодов фильма. Российские группы «Город 312», «Marselle» и «Uma2rman» именно так и стали знаменитыми.

Планы музыкального маркетинга часто содержат различные тактики для охвата аудитории. Примеры продвижения музыки и маркетинговых усилий включают:

1. Рекламные кампании. Специалисты по музыкальному маркетингу работают с рекламными компаниями (или внутренними отделами рекламы и искусства звукозаписывающего лейбла) над созданием рекламы для продвижения музыки исполнителя. Это могут быть рекламные щиты, реклама в социальных сетях, радиопостановки или печатная реклама в журналах.

2. Концерты в прямом эфире и продвижение на радио. Даты промо-тура и живые выступления помогают продавать записи. Музыкальный маркетинг помогает вам рекламировать даты тура, а мероприятия – это возможность продать рекламно-сувенирную продукцию.

3. Продвижение в сети Интернет. Команда музыкального маркетинга управляет онлайн-присутствием исполнителя, обеспечивая доступность новой музыки исполнителя через онлайн-сервисы потоковой передачи музыки, а также новые музыкальные клипы на официальной странице исполнителя и веб-сайте звукозаписывающего лейбла. Музыкальные маркетологи объединяются с платформами потокового воспроизведения



музыки, радиостанциями и кураторами плейлистов, чтобы убедиться, что у них есть новая музыка исполнителя и каталог предыдущих записей.

4. Маркетинг в социальных сетях. Артисты используют социальные сети в качестве маркетингового инструмента для обмена музыкой, видеоконтентом, интервью и другим контентом с поклонниками, которые уже подписаны на исполнителя, а также привлекают новых поклонников. Поддерживая активную учетную запись в социальных сетях, возможно повысить вовлеченность фанатов и использовать платформу для установления связей и поддержания взаимодействия с аудиторией и другими исполнителями. Маркетологи также получают ценную демографическую информацию об аудитории исполнителя из данных о маркетинге в социальных сетях, включая возрастной диапазон, местоположение и предпочтения слушателей [4].

По мнению российского певца, предпринимателя и продюсера Бахтияра Алиева (Bahh Tee) важно делать ставку на позиционирование, правильно преподносить свой проект. Маркетинговые инструменты необходимо сконцентрировать на привлечение «первого прослушивания»: потребитель будет слушать трек на повторе, если он действительно хороший. Также Бахтияр считает, что вся российская творческая индустрия смотрит на запад, но успех приходит к тем российским артистам, которые создают свою уникальную музыку, не забывая про культуру нашей страны, и такая музыка действительно находит своих слушателей [1].

Музыкальные маркетологи должны уметь разрабатывать и описывать стратегию маркетинговой кампании для нового альбома исполнителя или предстоящего тура, обеспечивать и налаживать партнерские отношения с коллегами по музыкальному бизнесу, от контактов с прессой в средствах массовой информации до ди-джеев, а также отслеживать аналитику, чтобы оценить влияние маркетинговых кампаний по электронной почте, постов в социальных сетях и других методов охвата поклонников музыки.

Таким образом, мало уметь хорошо петь или играть на музыкальном инструменте, чтобы о творчестве исполнителя узнала вся страна. В сочетании с музыкальными навыками должны быть ещё и знания маркетинга для анализа рынка и предугадывания потребностей слушателей. Успех в музыкальной индустрии – это 1% таланта и 99% работы над проектом с помощью инструментов маркетинга.

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

1. Бахтияр Алиев про творческую индустрию [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://www.ok-magazine.ru/stars/report/241551-pervyj-vserossijskij-obrazovatelnyj-biznes-forum-reputaciya-sostoyalsya-v-moskve> (Дата обращения: 01.05.2023г.)



2. Маркетинг в музыке: как продвигать музыканта и его творчество [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://digitalbroccoli.com/2020/09/07/music-promo/> (Дата обращения: 30.04.2023г.)

3. Музыкальный маркетинг [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://businessyild.com/ru/marketing/music-marketing/> (Дата обращения: 28.04.2023г.)

4. Стратегии музыкального маркетинга [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://www.affde.com/ru/music-marketing-strategies.html> (Дата обращения: 01.05.2023г.)

© Белугина В.В., Криворотова Д.А., 2023

УДК 502.131.1

## К ВОПРОСУ О ДОСТИЖЕНИИ КОМПАНИЕЙ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Беляева М.Д.

Научный руководитель Назаренко О.В.

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

Главной концепцией будущего является устойчивое развитие. Предполагается, что при устойчивом развитии удовлетворение потребностей осуществляется без ущерба для будущих поколений, а охрана окружающей среды становится неотъемлемой компонентой процесса развития [1]. Цели устойчивого развития также важны, как интересны (рис. 1). Многие из них реализуются в рамках государственных проектов. Однако, по результатам опросов, проводимых группой компаний «Михайлов и Партнёры», 40% отечественных компаний сократили бюджеты на реализацию целей устойчивого развития в 2022 году, а 52% компаний собираются корректировать свои цели в области устойчивого развития [2].



Рисунок 1 – 17 целей устойчивого развития [3]

Ведущая роль в рамках концепции устойчивого развития принадлежит проблеме оценки долгосрочных экологических последствий принимаемых в настоящее время экономических решений. Целевой функцией является минимизация негативных экологических последствий [4]. Для того, чтобы минимизировать ущерб, наносимый конкретной





компанией, необходимо сначала определить рейтинг её устойчивого развития. Существует следующий порядок оценивания:

1. Анализируется стратегия компании в области устойчивого развития, сравнивается декларируемое отношение высшего наблюдательного и исполнительного органов компании к соблюдению базовых принципов устойчивого развития с проводимыми мероприятиями на практике, определяются основные группы риска и потенциальные возможности, связанные с устойчивым развитием.

2. Определяются рейтинговые баллы факторов устойчивого развития с учетом оценочной шкалы в диапазоне от 0 до 10, где 10 – наивысшая оценка.

3. Определяются рейтинговые баллы групп факторов на основании значений рейтинговых баллов с учетом весов каждого фактора, входящего в рейтинговую группу факторов устойчивого развития.

5. Определяется интегральный уровень устойчивого развития на основании значений рейтинговых баллов всех рассматриваемых в данной Методике групп факторов.

Полученная оценка в виде интегрального уровня устойчивого развития может быть по решению аналитика дополнена ранее не принимавшимися во внимание факторами с учетом возможного мультипликативного эффекта взаимодействия ряда факторов. По результатам всех этапов рассмотрения определяется предварительный рейтинг и готовится Рейтинговый отчет.

По результатам обсуждения Рейтингового отчета и доклада аналитика коллегиально определяется финальный Рейтинг устойчивого развития компании в соответствии с рейтинговой шкалой. [5]

Далее, важно понимать по каким именно критериям определяется уровень устойчивого развития компании. [5]

Во время определения рейтинга устойчивого развития компании следует дать оценку степени существенности экономического, экологического и социального воздействия компании на окружающую среду, уровень взаимоотношений корпоративного поведения и корпоративного управления. Чтобы решить данную задачу, требуется анализ значительного объема информации, включающей как численные данные в вышеперечисленных областях деятельности, так и неформализуемые показатели, которые, тем не менее, оказывают воздействие на формирование целостной картины взаимодействия компании с окружающей средой и обществом.

Анализ компании по критериям устойчивого развития делится на блоки, согласно трем направлениям Концепции устойчивого развития: окружающая среда; взаимоотношения с обществом; корпоративное управление.



В первой группе «Окружающая среда» собраны такие критерии устойчивого развития, которые выявляют уровень воздействия производства на климатические факторы, объем потребления невозобновляемых природных ресурсов, а также опасность загрязнения образующимися отходами: стратегия фирмы в пользу экологии; уровень загрязнения атмосферы; уровень загрязнения водных ресурсов; уровень загрязнения земельных ресурсов и биоразнообразия; система утилизации; экологические предпосылки фирмы.

Во второй группе «Взаимоотношения с обществом» отражены такие критерии устойчивого развития, которые выявляют уровень содействия развитию человеческого капитала, благодаря кругу профессиональных и социальных возможностей, предоставляемых сотрудникам: кадровая стратегия фирмы; уровень поддержки сотрудников в профессиональном развитии и обучении; полнота социального пакета сотрудников; охрана труда и производственная безопасность.

В третью группу «Корпоративное управление» соединены такие критерии устойчивого развития, которые раскрывают соотношение целей фирмы с экономическими, экологическими и социальными воздействиями предприятия на окружающую среду и общество в целом, посредством политики фирмы и её корпоративного поведения: результативность структуры корпоративного управления; борьба с коррупцией и ответственность работников; концепция управления рисками; сотрудничество с заинтересованными сторонами.

Наконец, существуют классы рейтингов, которые характеризуют различные степени устойчивого развития: класс А – Справедливое состояние устойчивого развития; класс В – Удовлетворительное состояние устойчивого развития; класс С – Неустойчивое развитие; класс D – Развитие, ведущее к разрушению жизненной среды. Каждый из классов рейтингов (кроме D), разделяется на несколько подклассов, что подробно отображено на рис. 2.

Подкласс рейтинга	Характеристика	Уровень риска
A++	Справедливое состояние устойчивого развития	Высокая степень устойчивости. Риск нанесения ущерба для возможностей будущих поколений отсутствует.
A+		Очень высокая степень устойчивости. Риск нанесения ущерба для возможностей будущих поколений незначительный.
A		Высокая степень устойчивости. Риск нанесения ущерба для возможностей будущих поколений незначительный.
B++	Удовлетворительное состояние устойчивого развития	Примлемый уровень устойчивости. Риск нанесения ущерба для возможностей будущих поколений низкий.
B+		Допустимый уровень устойчивости. Риск нанесения ущерба для возможностей будущих поколений ниже среднего.
B		Средний уровень устойчивости. Риск нанесения ущерба для возможностей будущих поколений средний.
C++	Неустойчивое развитие	Существенный уровень неустойчивости. Риск разрушения среды для будущих поколений выше среднего.
C+		Высокий уровень неустойчивости. Риск разрушения среды для будущих поколений угрожающий.
C		Система неустойчивая, ведущая к деградации среды для будущих поколений.
D		Развитие, ведущее к разрушению жизненной среды.

Рисунок 2 – Подклассы рейтинга устойчивого развития [3]

Таким образом, мы видим, что существует конкретная структура определения возможностей устойчивого роста компаний, следуя которой можно понять к какому классу и подклассу рейтинга относится та или иная компания и какие риски требуют внимания руководства.



Безусловно, на устранение рисков уходят средства из бюджета компании, однако бережное отношение к экологии повышает её престиж, хорошая корпоративная культура окупается мотивированностью работников, грамотное корпоративное управление вознаграждается экономическим ростом, а компания становится частью общечеловеческого благополучия и мирового устойчивого будущего.

**Список использованных источников:**

1. Снакин В.В. Устойчивое развитие// Научный журнал «Жизнь Земли» - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ustoychivoe-razvitiye-1>

2. Что происходило с ESG в российских компаниях в 2022 году и к чему готовиться дальше? Результаты опроса и комментарии экспертов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://m-p.ru/ESG-Russia-2023.pdf>

3. Цели устойчивого развития в Российской Федерации. 2022: Крат. стат. сб./ Росстат. – М., 2022 – 87с.

4. Вахромов Е.Н., Маркарян Д.Ю. «Оценка устойчивого развития и функционирования предприятия: факторы, критерии, особенности» // Научный журнал «Нефтегазовые технологии и экологическая безопасность» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-ustoychivogo-razvitiya-i-funktsionirovaniya-predpriyatiya-factory-kriterii-osobennosti/viewer>

5. Методика определения рейтинга устойчивого развития российских компаний в редакции, утвержденной Методическим комитетом Рейтингового агентства АК&М // «Публичная методика определения рейтинга устойчивого развития российских компаний» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.akm.ru/upload/akmrating/Public\\_Method\\_of\\_SD\\_rating\\_AKM.pdf](https://www.akm.ru/upload/akmrating/Public_Method_of_SD_rating_AKM.pdf)

© Беляева М.Д., 2023

УДК 33.336.6

**МЕТОДЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ**

Биджиев Р.Д., Макарова Н.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Финансовая деятельность любой коммерческой организации напрямую связана с многочисленными рисками, каждая из которых имеет определенную степень влияния на результаты компании. Среди таких рисков наиболее значимое место отводится финансовым рискам анализ, которых требуется и для обеспечения стабильности текущей работы



компании, и для устойчивого развития в будущем. Также отметим, что в деятельности фирм огромное значение помимо идентификации финансовых рисков их анализа и оценки имеет способность их полного предотвращения или частичного компенсирования отрицательных финансовых потерь. Для этого руководителям организаций надо на постоянной основе проводить работу по диагностике текущих и прогнозированию возможных рисков, чтобы не допустить их отрицательного влияния на показатели компании.

Ученые-исследователи дают разные определения термину «риск». Так Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьян дают определение этому термину как возможность наступления неблагоприятного события, влекущего за собой возникновение различного рода потерь (например, получение физической травмы, потеря имущества и т.д.).

А.И. Ильин придерживается мнения, что под риском надо понимать угрозу, опасность возникновения ущерба в любых видах деятельности, связанных с производством продукции, товаров, услуг, их реализацией, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией, осуществлением социально-экономических и научно-технических программ.

Л.Л. Мешкова, Е.Н. Болотина термин «риск» связывают с понятием «ущерб». При этом риск осуществляется через ущерб, который возможно измерить [1].

Все факторы возникновения, оказывающие влияние на степень риска можно разделить на внутренние (нестабильное финансовое положение компании, чрезмерная приверженность руководства к рискованным финансовым операциям, неэффективная структура активов компании, нехватка квалифицированных рабочих); внешние (неустойчивый курс национальной валюты, высокий темп инфляции, неустойчивый политический строй в стране, изменение процентных ставок, уменьшение интереса со стороны покупателей на продукцию предприятия).

На данный момент в области менеджмента существует быстроразвивающееся направление – управление рисками, главной целью которого является прогнозирование и анализ негативных финансовых ситуаций в компании и уменьшение предполагаемых потерь в случае возникновения этих ситуаций, можно сказать, что одним из главных составляющих в процессе управления финансовыми рисками является анализ рисков [2].

Отметим, что финансовый риск оказывает большое воздействие почти на все на направления хозяйственной деятельности компании и влияет на доходность финансовых операций ко всему прочему реализация финансового риска представляет угрозу приближения предприятия к состоянию банкротства.



Оценку финансовых рисков проводят, чтобы определить вероятность и размер потерь, которые характеризуют величину риска.

В деятельности каждой организации в рыночной экономике выделяют 5 главных областей риска.

Безрисковая область – компания ничем не рискует и получает как минимум расчетную прибыль.

Область минимального риска – компания рискует частью или всей величиной прибыли.

Область повышенного риска – варьируется от покрытия всех затрат при худшем случае до получения прибыли намного меньше расчетной в лучшем случае.

Область критического риска – компания рискует потерять не только прибыль, но и недополучить выручку, происходит сокращение масштаба ее деятельности, потеря оборотных средств, увеличение долгов.

Область катастрофического риска – деятельность компании приводит к банкротству.

Выделяют несколько типов анализа рисков: количественный, качественный, комплексный. Количественный анализ проводится при помощи математико-статистических методов. Статистический метод заключается в изучении статистики прибыли и потерь предприятия за определенный промежуток времени, в установлении частоты получения определенного результата и составлении прогноза на будущее на основании полученных результатов. Плюсом этого метода является точность и несложность расчетов, недостатком – необходимость большого количества исходных данных, сложность их получения. Метод минимизации потерь основывается на подсчете возможных потерь при выборе одного способа решения задачи. Выделяют 2 вида потерь: потери, которые связаны с неточностью изучаемой модели, еще он именуется «риск изучения»; потери, из-за неточности и неэффективности управления или по-другому «риск действия», связаны с возможностью принятия неправильных решений и последующими потерями из-за этого.

Также к методам количественного исследования риска относят метод моделирования задачи с помощью дерева решений. Основой метода служит графическое построение вариантов решений. Он используется, когда решение принимается поэтапно или если при переходе от одного варианта решения, к другому вероятности меняются.

Также к количественным методам причисляют методы: математический; оценки вероятности ожидаемого ущерба; анализа финансового состояния предприятия; факторного анализа; прогностического анализа основных показателей [3].

При качественном анализе выявляются возможные виды рисков, исследуются факторы, влияющие на степень риска. Все факторы делятся



на внешние и внутренние. К первому типу относятся: политическая обстановка в стране, налоговая система, конкуренция, экологические катастрофы. К внутренним факторам относят стратегию организации, квалификацию менеджмента, внутренние процедуры и политики предприятия.

Качественный анализ может производиться различными методами, основными из которых являются метод использования аналогов и метод экспертных оценок. Комплексный анализ включает в себя элементы количественного и качественного анализа, что является более приемлемым при оценке финансового риска компании.

При оценке финансовых рисков предполагается объединить риски в группы выделить следующие: риск потери платежеспособности; риск потери финансовой устойчивости и независимости; риск структуры активов и пассивов [4]. И на соотношении 4 групп активов и пассивов строится модель ликвидности. Согласно, этой модели баланс считается ликвидным при следующем условии  $A1 \geq П1$ ;  $A2 \geq П2$ ;  $A3 \geq П3$ ;  $A4 \leq П4$ .  $A1$  – наиболее ликвидные активы.  $A2$  – быстрореализуемые активы.  $A3$  – медленно реализуемые активы.  $A4$  – труднореализуемые активы.  $П1$  – наиболее срочные обязательства.  $П2$  – краткосрочные обязательства.  $П3$  – долгосрочные и краткосрочные обязательства.  $П4$  – постоянные пассивы.

В качестве примера возьмем компанию «Красфарма» которая, занимается производством фармацевтической продукции. В табл. 1 приведены данные этой компании.

Таблица 1 – Данные по активам и пассивам, тыс. руб.

$A1 = 1169212$	$П1 = 761394$
$A2 = 1186419$	$П2 = 817003$
$A3 = 1015014$	$П3 = 48405$
$A4 = 2199864$	$П4 = 4705101$

Исходя из таблицы можно сделать выводы, что в анализируемом периоде у организации достаточно денежных средств для погашения наиболее срочных обязательств. Проанализировав, соотношения между быстрореализуемыми активами и среднесрочными обязательствами выясним, что у компании достаточно средств для погашения среднесрочных обязательств. Также медленно реализуемые активы покрывают долгосрочные пассивы, труднореализуемые активы меньше постоянных пассивов значит соблюдается минимальное условие финансовой устойчивости. Как мы видим все условия выполняются, баланс можно считать абсолютно ликвидным.

Комплексная бальная оценка заключается в анализе уровня финансового риска. Значения приведены в табл. 2.

По табл. 1 можно сделать вывод, что предприятие обладает абсолютной финансовой устойчивостью и такой же платежеспособностью, имеет рациональную структуру имущества и прибыли.



Таблица 2 – Анализ уровня финансового риска

Показатель	Рейтинг	Критерий		Значения
		max	min	
1. Коэффициент абсолютной ликвидности	20	0,5 и выше (20 бал.)	Менее 0,1 (0 бал.)	1,52
2. Коэффициент критической оценки	18	1,5 и выше (18 бал.)	Менее 1 (0 бал.)	3,07
3. Коэффициент текущей ликвидности	16,5	2 и выше (16,5 бал.)	Менее 1 (0 бал.)	4,4
4. Коэффициент автономии	17	0,5 и выше (16,5 бал.)	Менее 0,4 (0 бал.)	0,84
5. Коэффициент обеспеченности собственными средствами	15	0,5 и выше (15 бал.)	Менее 0,1 (0 бал.)	0,74
6. Коэффициент финансовой устойчивости	13,5	0,8 и выше (13,5 бал.)	Менее 0,5 (0 бал.)	0,85

Едва ли можно избежать риска в хозяйственной деятельности и соответственно главной задачей в управленческой деятельности является анализ и оценка возможного риска, своевременное выявление факторов, которые его усиливают подбор методов по его снижению.

**Список использованных источников:**

1. Рыхтикова Н.А. Анализ и управление рисками организации. М.: Инфра-М, 2022. – 248 с
2. Финансовый менеджмент / Под ред. А.З. Бобылевой. М.: Юрайт, 2021.– 574 с
3. Воронцовский А.В. Оценка рисков / А.В. Воронцовский. М.: Юрайт, 2021. – 180с
4. Герасимова В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия (для бакалавров) / В.Д. Герасимова, Л.Р. Туктарова, О.А. Черняева. М.: КноРус, 2022. – 512 с.

© Биджиев Р.Д., Макарова Н.С., 2023

УДК 338.242

**УПРАВЛЕНЧЕСКО-ПРАВОВАЯ СРЕДА  
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Бикбулатова В.Э.

Научный руководитель Ильин С.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)», Москва*

Менеджмент юридических лиц, к которым относятся организации, воплощающие в себе фундаментальную основу национального хозяйственного потенциала в силу своих синергетических возможностей в каждой из сфер жизнедеятельности, бесспорно, есть один из элементов их конкурентоспособности в жестких условиях борьбы за целевых клиентов, сформировавшихся при действующей рыночной конъюнктуре, наделенной множеством барьеров, препятствующих достижению ими конечных и промежуточных желаемых ориентиров, в том числе по причине правовых ограничений, создающих трудности руководителям в принятии решений по оптимизации бизнес-процессов, гарантирующей баланс показателей



статической (тактической) и динамической (стратегической) финансовой выгоды, особенно между видами прибыли (бухгалтерской, экономической, нормальной), приносящий предельный краткосрочный и долгосрочный эффект от использования ресурсов, влияющий на максимизацию эффективности (прямой и косвенной прибыльности) предпринимательских проектов и стабильность скорости ее изменения, отражающие устойчивость экономического развития [2, 3]. Вследствие такой объективной реальности организации в обязательном порядке должны уделять существенное внимание юридическому менеджменту и стремиться к его предельным показателям рентабельности (прибыльности), увеличению прибыли и сокращению издержек интенсивным (качественным) способом (путем пограничного повышения издержкоотдачи и пограничного снижения издержкостоемости), для чего автором предлагается соблюдение принципов, содержащих управленческо-правовые элементы, сформировавшиеся из комбинации классических постулатов (базовых функций менеджмента, имеющих актуальность на каждом историческом этапе) и специфических черт, присущих современному хозяйственному механизму (вспомогательных функций менеджмента, чей перечень в настоящее время расширен за счет революционных научных преобразований, то есть инноваций в различных хозяйственных сферах общества, особенно в производственной сфере, служащей первичным источником прибавочного продукта и, соответственно, национального богатства) [1, 4, 5]. Отталкиваясь от данных ретроспективных, текущих и перспективных фактов, сформулируем принципы юридического менеджмента, предназначенные для руководства организаций, благодаря которым оно сможет оперировать бизнес-процессами с наилучшей степенью удовлетворения собственных интересов, интересов государства и общества:

1. Принцип плановости (осуществление управленческих действий в области анализа, прогнозирования и моделирования (самой прогрессивной вспомогательной функции менеджмента) издержек через нормативно-правовые критерии по калькуляции фонда оплаты труда и социальных отчислений, амортизации и материальных затрат). Наряду со знанием бюджетного, налогового, трудового законодательства здесь требуются знания учетной политики (документа, определяющего калькуляционные методы и построение документооборота, включающего в себя учетную информацию). Обоснование издержек целесообразно делать по их группам, согласно нескольким признакам классификации для получения полной и всесторонней бизнес-информации.

2. Принцип организационности (осуществление управленческих действий в области координирования и регламентирования издержек через нормативно-правовые критерии по калькуляции организационно-





управленческих расходов в соответствии с учредительным документом (уставом, учредительным договором)). Особое внимание здесь надо концентрировать на менеджерских звеньях (высших, средних, низовых) и вытекающих из них общехозяйственных, общепроизводственных, большинства статей коммерческих расходов, поскольку именно они включаются в издержки по принятию управленческих решений, определяющих указанные ранее тактические и стратегические показатели, образующие органичные причинно-следственные зависимости между краткосрочными и долгосрочными бизнес-индикаторами.

3. Принцип мотивационности (осуществление управленческих действий в области мотивирования и стимулирования труда сотрудников через нормативно-правовые критерии по применению выбираемых форм и систем оплаты труда, ее видов, исходя из окладов, расценок, премиальных, доплат и пакета различных нематериальных поощрений). Отправными документами здесь являются трудовой договор, коллективный договор, таблицы, наряды, приказы, дающие юридические основания для исчисления живых издержек (стартового расходного компонента) и производительности живого труда, воздействующего скалярно на овеществленный труд (амортизацию и материальные затраты).

4. Принцип контролируемости (осуществление управленческих действий в области учета, оценки и корректировки запланированных показателей в случае их отклонения от заданных размеров через нормативно-правовые критерии по применению методов сверки фактических индикаторов с плановыми индикаторами с помощью сведений из административного, гражданского, уголовного законодательства, сведений из актов, ведомостей).

Совокупность предложенных автором принципов комплементирует личностные и вещественные воспроизводственные факторы и четко идентифицирует действующую рыночную конъюнктуру с присущими ей особенностями, заставляющими организации вести свой бизнес без игнорирования ведущих и подкрепляющих обстоятельств, сложившихся объективно на протяжении всех исторических эпох, внесших свои прогрессивные коррективы в хозяйственный уклад человечества и усложнивших его структуру и правовую систему его регулирования.

Сформулированные и раскрытые авторские принципы юридического менеджмента вписываются в формат новейшего исторического периода, отвечая произошедшим конъюнктурным изменениям в системе функционирования бизнес-процессов ввиду того, что соответствуют целостности современного хозяйственного механизма организаций, охватывая и внутреннюю, и внешнюю среду осуществляемой ими деятельности. Они помогут их руководству обстоятельно подходить к зарождению и претворению в жизнь предпринимательских проектов и



принимать оптимальные решения, максимизирующие до предела финансовую выгоду без несения незапланированных юридических издержек. В свою очередь, это создаст организациям благоприятные условия для получения конкурентных преимуществ, завоевания и укрепления новых лидерских позиций рациональным (эффективным и интенсивным) способом.

**Список использованных источников:**

1. Зернова Л.Е., Михайлов Н.В. Факторы, влияющие на эффективность деятельности организации // Наука и инновации. – 2017. – С. 74.
2. Ильин С.Ю. Современные направления развития управления организациями // Наука и бизнес: пути развития. – 2022. – № 12 (138). – С. 85-87.
3. Ильин С.Ю. Современные направления развития управленческой деятельности организаций // Глобальный научный потенциал. – 2023. – №2 (143). – С. 182-184.
4. Оленева О.С., Шитов Д.В. Адаптация текстильных предприятий к динамическим процессам рынка // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2008. – № 2-S (307). – С. 8-10.
5. Финансовое право Российской Федерации / Под общ. ред. А.Х. Цакаева. – Махачкала: ООО «Алеф», 2018. – 312 с.

© Бикбулатова В.Э., 2023

**УДК 331.2**

**ПРЕМИАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА  
В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Бобков А.Е.

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

В современных условиях развития экономики, характеризующихся инновационными тенденциями развития рынка труда и процессами глобализации, эффективное управление производственным предприятием невозможно без грамотной мотивации персонала, способствующей достижению поставленных перед предприятием целей. При этом, формирование эффективной системы оплаты труда рассматривается современными управленческими структурами не только как инструмент воздействия на эффективность труда персонала, но и приобретает существенную значимость в качестве фактора обеспечения конкурентоспособности предприятия.



Экономическая нестабильность, которая на протяжении двух последних десятилетий является главной характеристикой экономической ситуации в нашей стране, привела к изменению взглядов на структуру заработной платы на предприятиях и усилению роли переменного вознаграждения, которое все чаще ставится в зависимость от финансовых результатов деятельности предприятия. Новая экономическая реальность диктует необходимость пересмотра исторически сложившихся систем оплаты труда на производственных предприятиях и совершенствования подходов к материальному стимулированию работников с учетом усиления роли премиальной составляющей и современных рыночных тенденций, что и определило направления данного исследования.

Главная цель применения на предприятии премиальных систем оплаты труда заключается в том, чтобы мотивировать персонал как можно более эффективно и продуктивно выполнять свои обязанности. Внедряя в сферу оплаты труда, различные премиальные составляющие, работодатели тем самым пытаются оказать воздействие на улучшение трудовых показателей и трудовой активности персонала. Однако для того, чтобы премиальная система была эффективной, необходимо учитывать особенности работы и мотивационные потребности конкретной категории работников. При этом система должна быть понятной, справедливой, гибкой и обоснованной. Также важно, чтобы работник видел связь между своими результатами и деятельностью организации в целом.

Соответственно, внедрение на предприятии премиальной системы оплаты труда должно сопровождаться в первую очередь, разработкой основных ее элементов, в частности, должны быть разработаны показатели и условия осуществления премиальных выплат, размеры таких выплат, обозначены основные группы работников, которым такие выплаты могут быть положены, а также за счет каких источников они будут производиться (рис. 1).



Рисунок 1 – Основные элементы системы премирования [1]

Важно, чтобы эта система была прозрачной и объективной, чтобы работники четко видели, какие условия и цели необходимо достигнуть, чтобы получить премию, а также какой будет размер выплаты. Система премирования должна быть адаптивной к потребностям компании и учитывать индивидуальный подход к каждому работнику. Кроме того,



важно убедиться, что система премирования соответствует системе целей и результатов OKR, KPI и PTO, и разработать возможность включения в нее ESOP, чтобы повысить мотивацию работников.

В практике российских предприятий распространено несколько видов премиальных выплат. Так, исходя из круга премируемых работников, выделяют индивидуальное и коллективное премирование [2]. Индивидуальное премирование осуществляется на основе определенных критериев, которые учитывают персональные достижения работника, его уровень навыков и опыта, а также уровень выполнения поставленных задач. Коллективное премирование осуществляется на основе достижения общих задач и целей команды или всей компании. Оно может быть связано с объемом продаж, качеством выполнения проектов, инновационными идеями, улучшением бизнес-процессов и т.д. Важно также установить ясные критерии и правила для коллективного премирования и согласовать их с командой или со всей компанией. Индивидуальные премии мотивируют каждого работника на повышение своей эффективности и производительности, в то время как коллективные премии могут привести к более тесному взаимодействию среди работников, а также к более эффективной работе в целом.

Исходя из того, какой источник используется для выплаты премии, выделяют следующие виды премирования: из выручки, из дохода, из прибыли [2]. Премирование из выручки – это форма премирования, при которой работники получают премию в зависимости от общей выручки компании или отдела за определенный период времени. Этот вид премирования стимулирует работников работать на общий успех компании, а не только на достижение личных целей и показателей. Премирование из дохода позволяет увязать получение вознаграждения с достижением определенного экономического результата в виде заранее установленного процента с дохода или абсолютной величины премии. Премирование из дохода является главной формой поощрения в бригадном и коллективном подряде. Премирование из прибыли предусматривает, что работник или подразделение получают свою долю вознаграждения при достижении определенной величины прибыли в виде фиксированного процента с прибыли или абсолютной величины премии от величины должностных окладов. Премирование из прибыли является наиболее тонким инструментом поощрения, поскольку четко ориентирует на достижение главного экономического критерия.

Кроме того, на российских предприятиях применяются и комбинированные виды премирования, которые сочетают в себе несколько источников выплаты премии. Например, можно установить одновременно цели по выручке и прибыли, и назначить премию за достижение обоих показателей.



При выборе формы премирования необходимо учитывать особенности компании, её стратегические цели и требования к качеству работы. Например, при использовании премирования из прибыли необходимо учитывать, что при недостижении прибыли работники могут быть разочарованы и не мотивированы на дальнейшую работу. В то же время, использование премирования из выручки может привести к фокусированию на продажах и ухудшению качества продукции или услуг.

Исходя из фактора периодичности, можно выделить текущее, специальное и единовременное премирование [3]. Текущее премирование осуществляется за основные результаты деятельности. Для рабочих премии устанавливаются ежемесячно, для служащих – ежеквартально. Специальные премиальные системы – это гибкий инструмент. Они могут вводиться на определенный срок, для отдельных категорий работников или для выполнения определенной задачи. Источником выступает достигнутая экономия. Эти премии могут быть периодическими или разовыми. При достижении поставленных целей специальные премиальные системы могут отменяться и разрабатываться новые – для решения новых задач.

Единовременное премирование широко распространено и разнообразно по видам. Например, мотивационные премии, которые выплачиваются работникам за достижение определенных целевых показателей. Этот вид премирования основывается на принципе «плати за результат», и позволяет стимулировать работников к достижению высоких результатов.

Также на российских предприятиях практикуется выплата премий за выполнение работ в условиях повышенной опасности или сложности. Например, работники предприятий, занятые на высоте или в зоне повышенной радиационной опасности, могут получать дополнительную премию за рискованный труд.

В некоторых отраслях, таких как IT или маркетинг, также применяются премии за инновационные решения или за разработку новых продуктов и услуг. Этот вид премирования стимулирует работников к творческому подходу к работе и поиску новых решений.

Кроме того, на российских предприятиях может применяться и сезонное премирование, когда работники получают дополнительные выплаты в периоды повышенной нагрузки на производство (например, перед праздничными днями или в периоды массовых распродаж).

Существует несколько современных систем премирования персонала, которые могут быть эффективными в различных отраслях и компаниях [4]:

1. Система «OKR» – OKR (Objectives and Key Results) – это методология управления целями, которая используется в некоторых



компаниях, таких как Google. Эта система целей связывает цели сотрудников с целями компании и позволяет эффективно оценивать продуктивность сотрудников и команд.

2. Система «KPI» – KPI (Key Performance Indicators) – это система оценки продуктивности сотрудников, которая основана на ключевых показателях эффективности. Это может быть количество продаж, количество выполненных проектов или другие показатели, которые имеют ключевое значение для компании.

3. Система «PTO» – PTO (Paid Time Off) – это система, которая предлагает работникам дополнительный отдых за достижение определенных целей. Например, компания может предложить выходной день за каждые 10 выполненных проектов.

4. Система «ESOP» – ESOP (Employee Stock Ownership Plan) – это система, при которой сотрудник получает долю в компании. Эта система может использоваться как инструмент премирования, который одновременно помогает удерживать таланты в компании.

Каждая из этих систем премирования персонала имеет свои преимущества и недостатки. Чтобы выбрать наиболее эффективную систему, компании необходимо учитывать свои цели, бизнес-модель и потребности сотрудников.

Для того чтобы система премирования персонала была эффективной, необходимо учитывать несколько ключевых факторов [5]:

1. Прозрачность и объективность – система премирования должна быть прозрачной и справедливой для всех сотрудников. Критерии и условия присуждения премий должны быть четко определены и доступны для всех работников.

2. Адаптивность – система премирования должна быть адаптивной к потребностям и задачам компании. Это означает, что критерии присуждения премий могут меняться в зависимости от изменения ситуации в компании.

3. Индивидуальный подход – каждый работник имеет свои индивидуальные особенности и потребности, поэтому система премирования должна быть гибкой и учитывать эти особенности.

4. Связь с бизнес-целями – система премирования должна быть связана с бизнес-целями компании. Это означает, что премии должны быть присуждены за выполнение задач, которые способствуют достижению этих бизнес-целей. Эти правила не являются строгими указаниями, но определенно могут помочь в создании эффективной системы премирования персонала. Важно помнить, что одна и та же система премирования может работать по-разному на разных предприятиях, поэтому необходимо регулярно анализировать ее эффективность и корректировать при необходимости.



Также следует учитывать мотивационные потребности конкретной категории работников и различия в их ожиданиях [6]. Кроме того, при разработке системы премирования необходимо учитывать возможность манипуляций и обхода правил со стороны работников. Для этого можно ввести контрольные механизмы или повысить прозрачность системы.

Важно помнить, что система премирования не является универсальным средством для повышения мотивации и эффективности работы персонала. Ее эффективность зависит от контекста и особенностей компании или предприятия. Поэтому рекомендуется регулярно анализировать и корректировать системы премирования в соответствии с изменениями на рынке и в организации.

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

1. Егоршин А.П. Основы организации труда: учебник для вузов / А.П. Егоршин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Нижний Новгород: НИЭМ, 2020. - 384 с.

2. Горелов Н.А. Оплата труда персонала: методология и расчеты: учебник и практикум для вузов/ Н.А. Горелов. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 412 с.

3. Оплата труда персонала: учебник и практикум для вузов/ О.А. Лапшова [и др.]; под общей редакцией О.А. Лапшовой. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 349 с.

4. Андреева В.А. Премияльные системы, применяемые на промышленных предприятиях / В.А. Андреева, Н.В. Шарапова // Экономика труда. – 2022. – Т. 6, № 1. – С. 503-512.

5. Асалиев А.М. Экономика труда: учебник / под ред. проф. А.М. Асалиева. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 336 с.

6. Салихова И.С., Кирпикова Е.А. Анализ влияния премиальной системы оплаты труда на качество трудовой жизни персонала // В сборнике: Экономическая безопасность: современные вызовы и поиск эффективных решений. материалы всероссийской научно-практической конференции. Москва, 2020. С. 1151-1158.

© Бобков А.Е., 2023



УДК 332.142.4

## ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ГОДА ЦИФРОВИЗАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Богданова Ю.Д., Петрова Е.А.

*Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП)», Казань*

Использование информационных технологий, несомненно, открывает широкие возможности для государственного и муниципального управления, а именно повышение эффективности регулирования и оптимизирование процессов управления. Благодаря технологиям становится возможным использование цифровых платформ, моделирования, обработки больших данных.

Согласно Концепции цифровой трансформации Республики Татарстан (далее РТ) на 2021-2024 годы, в которой авторы ссылаются на рейтинг Doing Business 2018 года, уровень цифровизации правительства напрямую коррелирует с качеством государственного управления, уровнем коррупции и индексом качества делового климата [1]. Таким образом, при высоком развитии цифровых технологий и цифровой культуры повышается конкурентоспособность предприятий региона, качество государственной поддержки населения, и, как следствие, увеличивается уровень жизни в республике и инвестиционная привлекательность региона.

На этапе создания стратегии проведения года цифровизации планировалось инвестировать 12 млрд. рублей, 1 млрд. из которых – из федерального бюджета. В первую очередь, главной задачей стратегии являлось развитие человеческого капитала в ИТ-сфере. Несмотря на нехватку ИТ-кадров и ИТ-компаний в республике планировалось достичь следующих результатов [2]:

1. Минимум 82% населения старше 14 лет имеют регистрацию на цифровой платформе «Единая система идентификации и аутентификации» (далее «ЕСИА») благодаря чему увеличивается возможность оказания электронных услуг в приложении «Госуслуги».

2. Максимальное число граждан с ограниченными возможностями здоровья (94%) зарегистрированы в «Базе данных инвалидов».

3. Полное информационное и компьютерное обеспечение образовательных организаций для 100% возможности предоставления дистанционного обучения и электронных учебников для обучающихся. Это связано, в первую очередь, с необходимостью непрерывного обучения в нестабильные периоды.





4. Количество массовых социально-значимых услуг, предоставляемых государством в электронном формате, стало в 2 раза больше прежнего.

Наиболее многообещающим пунктом Стратегии является покрытие крупных городов республики связью 5G. Это необходимое условие для создания и совершенствования существующих государственных информационных сетей.

Согласно Министерству цифрового развития государственного управления, информационных технологий и связи Республики Татарстан в 2022 году были достигнуты следующие наиболее значимые результаты [3]. В первую очередь, в рамках государственной программы «Цифровые профессии» 7446 человек получили специальность в сфере IT. Более того, в Татарстане было подано 6000 заявок на обучение школьников в проекте «Код будущего» от Минцифры России. В лицее Академии Яндекс в 2022/2023 учебном году обучается 500 школьников Татарстана. Что касается взрослых кадров цифровой среды, Школа 21 обучила более 200 новых специалистов IT сферы, из организаций высшего образования по IT программам выпустилось 3063 студента, из учреждений среднего профессионального образования – 1401 студент.

Для увеличения территории покрытия Интернета в 2022 в Татарстане было построено 830 радиоэлектронных базовых станций. Из 61 запланированного сельского населенного пункта с населением от 100 до 500 человек в 44 были установлены базовые станции компанией ПАО «Ростелеком», в еще 17 сельских поселений были обеспечены связью другими операторами.

Что касается бюджетных объектов, а именно образовательных учреждений и органов государственной и муниципальной власти, на 6993 объектах были проложены волоконно-оптические линии связи, на 3575 объектах – медные линии связи, на еще 190 объектах – беспроводные технологии подключения. Таким образом, в РТ более 10 тысяч бюджетных учреждений, которые подключены в Интернету по состоянию на конец 2022 года.

Не менее важным моментом стал перевод всех государственных и муниципальных услуг в РТ в электронный вид к декабрю 2022 года. Теперь каждый житель Татарстана может воспользоваться 319 услугами в электронном виде. Согласно Минцифры РТ каждый пользователь экономит до 8 часов времени с помощью портала Госуслуг РТ, было обработано 139000 заявлений от граждан в 2022 году.

Также на этапе разработки находится Единая цифровая платформа РТ. По итогам 2022 года в рамках данной платформы было разработано 16 модулей технологического уровня и 6 модулей информационной



безопасности. На 2023 год планируется разработать еще 17 модулей прикладного уровня и 5 подсистем информационной безопасности.

Таким образом, Год цифровизации в РТ прошел успешно, большинство целей и задач было выполнено, были построены новые ориентиры для дальнейшего развития цифрового пространства в республике. Перспективами дальнейшего развития является масштабирование внедрения цифровых инструментов в различные сферы деятельности: экономику, экологию сельское хозяйство, образование, медицину, безопасность и т.д. Планируется провести Интернет еще в 55 населенных пунктов в 2023 году.

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

1. Кабинет министров Республики Татарстан: Постановление от 29.01.2021 «Об утверждении Концепции цифровой трансформации Республики Татарстан на 2021-2024 годы». – Казань. – URL: [https://cesi.tatarstan.ru/file/pub/pub\\_2668611.pdf](https://cesi.tatarstan.ru/file/pub/pub_2668611.pdf)

2. Рамблер / Финансы: Цифровой Татарстан: 12,6 миллиарда и развитие человеческого капитала в сфере IT: интернет-портал. – URL: <https://inlnk.ru/QwgRZY>

3. Министерство цифрового развития государственного управления, информационных технологий и связи Республики Татарстан: Буклет «Об итогах года цифровизации в Республике Татарстан в 2022 году и задачах по цифровизации на 2023 год». – Казань. – URL: <https://digital.tatarstan.ru/buklet.htm>

© Богданова Ю.Д., Петрова Е.А., 2023

#### **УДК 004.8**

### **К ПРОБЛЕМАМ РАЗВИТИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ГОСУДАРСТВЕННОМ И ЧАСТНОМ СЕКТОРЕ**

Бондарев А.В., Назаренко О.В.

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

В научной работе будут изучены, как предмет исследования, тенденции по внедрению и использованию искусственного интеллекта на российском и мировом рынках за три года, выступающего в свою очередь объектом исследования. Методы: сравнительный, аналитический.

В связи с проникновением цифровых технологий и использованием возможностей ИИ всё большие объемы данных размещаются в электронном облике, а с учетом мировой тенденции к сокращению использования бумажных носителей информации, по мере увеличения роли цифровизации растет и риск утечек, незаконных изменений и потерь



данных, в которых может применяться ИИ. В 2018 году проблема кибербезопасности занимала 3 место в мировых глобальных рисках, в 2019 г. – 5 место [8]. Цель работы: рассмотреть важность искусственного интеллекта (ИИ), инвестиции в технологию; острые проблемы кибербезопасности и ряд других проблем, связанных с ИИ.

В 2020 г. инвестиции в ИИ-компании составили 55 млрд. долл., что эквивалентно 18% от общего объёма инвестиций [3]. В 2021 г. инвестиции достигли рекордной отметки в 69,7 млрд. долл., однако в 2022 г. снизились на 34,3% (до 45,8 млрд. долл.).

На отечественном рынке ИИ-стартапов по итогам 2021 г. зафиксированы инвестиции по 77 сделкам на сумму 226 млн. долл., это в 2 раза больше показателя 2020 г. по количеству сделок и более чем в 2,5 раза больше по суммам инвестиций (37 сделок на сумму 84 млн. долл.).

В целом инвестиции в IT-компании, как на российском, так и на мировом рынке снизились в 2022 г. в связи с процессом выхода из кризиса пандемии, однако интерес к сфере остаётся. Снижение потребности в привлечении заёмного капитала на фоне усиления монетарной политики в США привели также к банкротству одного из главных банков-кредиторов IT компаний Silicon Valley Bank.

В августе 2021 г. аналитическая платформа Statista выпустила «Подробный отчёт: Искусственный интеллект 2021», в котором отмечалось увеличение доли технологий ИИ в различных отраслях и венчурных инвестиций в стартап-проекты. Согласно рис. 1, самыми крупными инвесторами среди стран мира являются Китай и США.

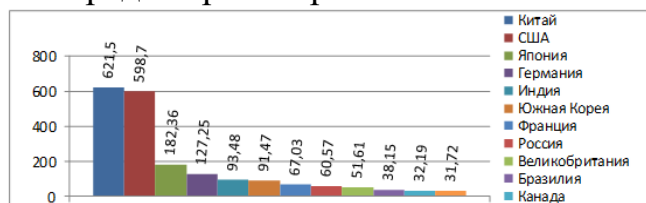


Рисунок 1 – Топ 12 стран по количеству инвестиций в исследования ИИ и расходам в 2021 г., млрд. долл. США [7].

ИИ повысит эффективность мировой экономики (данные отражены в табл. 1), однако только среди стран способных его внедрить. В результате, между странами без данной технологии и активно использующими ИИ государствами увеличится технологический разрыв.

Таблица 1 – Экономические выгоды от внедрения ИИ по странам к 2030 г. [3, с. 7-9]

Регион	%	Трлн. долл.
Китай	26,1	7
Северная Европа	9,9	1,8
Южная Европа	11,5	0,7
Развитая Азия	10,4	0,9
Африка, Океания и другие азиатские рынки	5,6	1,2
Северная Америка	14,5	3,7
Латинская Америка	5,4	0,5



По прогнозу, ВВП России может вырасти на 23% к 2030 году. Половину роста должна обеспечить цифровизация экономики.

В свою очередь Президент РФ, В.В. Путин, в ноябре 2022 г. выстроил вектор в сторону перехода государственных органов на систему ИИ с применением платформенного подхода. Кабинету министров поручено проработать стратегию цифровой трансформации в связи с развитием ИИ. Альянсу в сфере ИИ провести мониторинг специалистов-студентов из данной области.

Главной проблемой является доступность данной технологии. Лишь крупные компании или министерства могут вложить крупные суммы в разработку и интеграцию ИИ. Например, на осуществление Федерального проекта «Искусственный интеллект» 2021-2024 гг. было осуществлено финансирование в размере 29,4 млрд. руб. из бюджета и 6,9 млрд. руб. из внебюджетных источников. Также, начиная с марта 2020 г. в мире отмечен рост киберактивности. Зафиксированы попытки кибернетических атак на критически важные инфраструктуры (см. рис. 2) [1, 2].

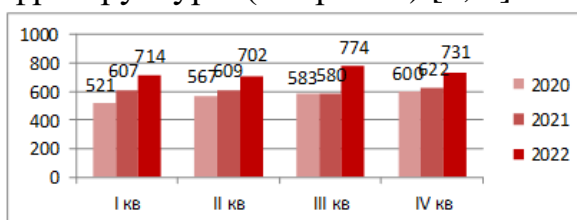


Рисунок 2 – Динамика кибератак в 2020-2022 годах [4, 5, 6].

Даже ВОЗ стала жертвой кибератак, в особенности хакеры активизировались с начала пандемии. С наступлением 2022 г. и усложнением геополитической ситуации вредоносная активность резко возросла, даже низкие показатели активности по сравнению с первыми кварталами 2020-2021 гг. значительно увеличились в 2022 г., за год на 20,8%. Причём государственные учреждения ежегодно сталкиваются с наибольшим количеством атак со стороны киберпреступников (см. категории «жертв» на рис. 3).

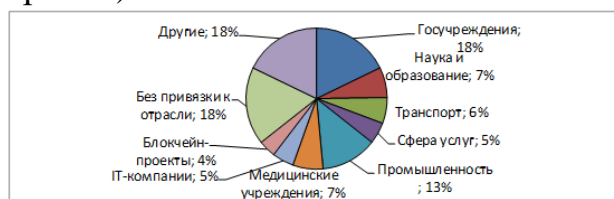


Рисунок 3 – Категории «жертв» кибератак [5, с. 5].

В результате атак организации чаще всего сталкиваются с нарушением в основной деятельности и утечкой конфиденциальной информации.

Вследствие обнаружения Глобальной угрозы необходимо оперативно принимать меры противодействия, пока ситуация не стала



критической для экономики России и мировой экономики. Необходимо обеспечить:

согласованные международные оперативные действия среди союзных стран по созданию безопасного и свободного от IT-злоумышленников цифрового пространства;

не стандартизировать цифровую систему в связи с риском массовых кибератак по всем серверам стран мира. Стоит уделить внимание проработке индивидуальной программы перехода на цифровую модель для Отечественной цифровизации экономики;

обеспечить проверку биометрии в государственных и критически важных подразделениях, в том числе при запуске видеоконференций, для решения проблем с «подменой» лиц с помощью ИИ;

в будущем необходимо объединить усилия Окинавской хартии глобального информационного общества по ликвидации очагов активности киберпреступлений;

своевременно проверять системы на уязвимые места, в особенности, уже подвергавшиеся атакам извне;

осуществлять мониторинг сетей и при возникновении угрозы моментально изолировать систему от внешних соединений;

особое внимание уделять съёмным носителям и самим ПК в государственном аппарате при работе с системой.

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

1. Бондарев, А. В. Искусственный интеллект как элемент цифровизации экономики Российской Федерации / А. В. Бондарев, О. В. Назаренко // Цифровая трансформация социальных и экономических систем : Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 27 января 2023 года / Отв. редактор И.А. Королькова. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2023. – С. 681-691. – EDN FSZCRI.

2. Бондарев, А. В. Роль искусственного интеллекта в развитии экономики Российской Федерации / А. В. Бондарев, О. В. Назаренко // Умные технологии в современном мире : материалы V Всероссийской научно-практической конференции, Челябинск, 22–23 ноября 2022 года / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Южно-Уральский государственный университет Высшая школа экономики и управления. Том 1. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – С. 9-17. – EDN ZLFPJY.

3. Dr. Anand S. Rao and Gerard Verweij // PwC // Analytical article «Sizing the prize. What’s the real value of AI for your business and how can you capitalise?» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/analytics/assets/pwc-ai-analysis-sizing-the-prize-report.pdf> (дата обращения: 23.03.2023)



4. Positive Technologies // Аналитическая статья: «Актуальные киберугрозы: итоги 2021 года» // [Электронный ресурс], режим электронного доступа, URL: <https://clck.ru/33rChW> (дата обращения: 23.03.2023)

5. Positive Technologies // Аналитическая статья: «Актуальные киберугрозы: II квартал 2022 года» // 2022 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://clck.ru/32YJ25> (дата обращения: 23.03.2023)

6. Positive Technologies // Аналитическая статья: «Актуальные киберугрозы: IV квартал 2022 года» // [Электронный ресурс], режим электронного доступа, URL: <https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics/cybersecurity-threats-2022-q4/> (дата обращения: 23.03.2023)

7. Statista // In-depth Report: "Artificial Intelligence 2021" [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.statista.com/study/50485/artificial-intelligence/> (дата обращения: 27.02.2022)

8. World economic forum // Insight report: «The Global Risks Report 2021» //16th Edition [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_The\\_Global\\_Risks\\_Report\\_2021.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2021.pdf) (дата обращения: 23.03.2023)

© Бондарев А.В., Назаренко О.В., 2023

УДК 336.717, 004.8

## РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ РФ

Бондарев А.В., Назаренко О.В.

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

В научной работе будут изучены, как предмет исследования, тенденции по внедрению и использованию искусственного интеллекта (ИИ) в банковской сфере. ИИ выступит объектом исследования. Методы: сравнительный, аналитический. Цель работы: рассмотреть важность ИИ для указанной отрасли и острые проблемы, связанные с ИИ.

Главная роль в исполнении Национальной стратегии по интеграции искусственного интеллекта в финансовую сферу отводится Центральному Банку РФ. Банк России осуществляет постепенное внедрение ИИ в свои операции и для анализа больших объёмов данных, в вопросы прогнозирования и управления рисками, а главное в подразделения финансового надзора. В настоящий момент приоритетными задачами ЦБ



РФ являются проработка системы регулирования применения ИИ в интересах общества и минимизация возможных негативных последствий.

Немаловажным событием 1 июля 2022 г. стал запуск платформы «Знай своего клиента» от ЦБ, которая была внедрена во все банки страны, под распределение платформы с функционирующим ИИ попали 7 млн. юр. лиц и ИП, являющихся клиентами коммерческих банков. В результате анализа около 99% были отнесены к «зеленой» зоне, 0,3% – к «жёлтой» и 0,7% попали в «красную» зону. Также Банком России было выявлено около 0,5% потенциальных участников операций по отмыванию денег.

По данным ИЦ «Сколково» Сбербанк является лидером в разработке новых цифровых финансовых технологий в РФ; признаётся центром компетенций Федерального проекта «Искусственный интеллект»; активным участником реализации Национальной стратегии развития ИИ в России до 2030 г.; участником концепции развития регулирования отношений в сфере технологий ИИ и робототехники до 2024.

Сбербанк – один из основоположников, утвердивших в РФ принцип этики искусственного интеллекта, отражённой в табл. 1. Им применяются технологии обработки языка и речевой аналитики, компьютерного зрения, поддержки принятия решений, распознавания документов и т.д.

Таблица 1 – Принципы этики искусственного интеллекта.

Принцип	Сущность
Secure AI	Контролируемость и управляемость систем ИИ
Explainable AI	Прозрачность и предсказуемость функционирования
Reliable AI	Стабильность и надежность систем ИИ
Responsible AI	Ответственное применение ИИ
Fair AI	Непредвзятость ИИ

В бизнес-процессах Сбербанк использует моделирование на основе анализа данных и технологий ИИ. Чат-боты осуществляют взаимодействие с клиентами и формируются персональные предложения [6]. В апреле 2021 г. Сбербанк принял участие в разработке европейского регулирования сферы ИИ, во главе рабочей группы по проведению глобальных консультаций Спецкомитета по ИИ Совета Европы был назначен Андрей Незнамов, управляющий директор Центра регулирования AI Сбербанка. Обсуждались вопросы касательно заинтересованных сторон (госорганов, международных организаций, бизнеса, гражданского общества и т.д.) и безопасности при разработке новых технологий ИИ.

Руководство Банка рассчитывает заработать 448 млрд. руб. до 2024 г. при помощи ИИ. В 2022 году доход Сбербанка от применения ИИ составил более 230 млрд. руб. В 2023 г. Банк продолжает инвестировать в развитие технологии и кибербезопасность. Однако Сбер значительно снизил предполагаемые инвестиции до 99,7 млрд. руб. к 2030 г. [4].

Среди частных банков наибольших результатов в области искусственного интеллекта достиг «Тинькофф Банк», запустивший в сентябре 2020 г. AI-алгоритмы Tinkoff RECO, способные предугадывать на



основе истории транзакций клиента наиболее вероятные предпочтения клиента в будущем, и предлагать возможность получения индивидуального кешбэка на соответствующие товары. Также Банк первым в России запустил информационно-аналитический сервис AI Research Engine, помогающий клиентам принимать инвестиционные решения. Искусственный интеллект следит за финансовыми показателями активов инвестора и своевременно реагирует на изменения [6, 7]. При анализе ценных бумаг ИИ отталкивается от множества факторов: потенциал роста, прогнозы аналитиков, дивидендную доходность, ликвидность акций, риск-параметры, показатели отчётности компаний и позиции крупных инвестиционных фондов. После обработки данных алгоритм формирует для пользователя аналитическую справку о компаниях с похожим бизнесом, и инвестор может выбрать для себя более выгодные решения [1].

Несмотря на все преимущества, которые открывает технология ИИ, существует ряд проблем, связанных с её внедрением и применением. Главной проблемой является доступность данной технологии. Например, на осуществление Федерального проекта «Искусственный интеллект» 2021-2024 гг. было осуществлено финансирование в размере 29,4 млрд. руб. из бюджета и 6,9 млрд. руб. из внебюджетных источников.

Обостряется проблема кибербезопасности (начиная с марта 2020 г. в мире отмечен рост киберактивности: были в 2 раза увеличены факты совершения фишинговых атак с целью кражи денежных средств физических лиц и секретов компаний) и конфиденциальности данных. Также ИИ имеет цифровой облик и не защищён от сбоя и постороннего вмешательства в работу [5]. Например, полиция Южного Уэльса, Великобритания, использовала технологию распознавания лиц для поиска преступников во время финала Лиги чемпионов 2017 г. В результате, система из ошибочно идентифицировала 2470 потенциальных преступников, 2297 из которых оказались ошибочными (92,9%) [6, 8]. Даже в случае низкого процента ошибок, на долю сотен тысяч человек погрешность будет огромной. Из современных происшествий в 2022 г. на основе имеющихся видео с выступлениями Патрика Хиллмана, директора по коммуникациям криптовалютной биржи Binance, с помощью ИИ злоумышленники создали похожую внешность и выступили на видеоконференции от лица директора [9].

Период пандемии и текущая обстановка показали как злоумышленники, в том числе правительства недружественных стран, могут использовать теории заговора в качестве геополитического оружия, выдвигая обвинения в адрес других государств. В текущем и следующем десятилетии, вероятно, будет наблюдаться более частое и эффективное распространение дезинформации по вопросам геополитического значения,





таким как выборы, гуманитарные кризисы, общественное здравоохранение, безопасность и культурные проблемы, что наблюдается с начала 2022 г. [2].

Остаётся важным решить широкий круг вышеизложенных проблем, а также социальных проблем с участием ИИ, включая угрозы конфиденциальности, доступа к информации и права на равную защиту и минимизацию дискриминации [3]. Также цифровизация экономики и развитие искусственного интеллекта в России требуют повышения защищённости виртуальных баз данных, увеличения количества приложений и специалистов-разработчиков высокого уровня.

Авторская позиция заключается в усилении надзора и контрольных мероприятий за критически важными объектами страны, в особенности государственным аппаратом и системообразующими банками.

Обозначенные проблемы являются первостепенно важными, но, тем не менее, применение ИИ в новых областях, его потенциал и способность к самообучению постоянно открывают новые горизонты, что, безусловно, побуждает строить оптимистичные прогнозы для развития нашей страны [4, 5, 6].

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

1. Андиева Е.Ю., Фильчакова В.Д. Цифровая экономика будущего, индустрия 4.0 // Прикладная математика и фундаментальная информатика. 2016. № 3. С. 214–218.

2. Бондарев, А. В. Влияние геополитической и постковидной обстановки на ломбардный бизнес / А. В. Бондарев, Э. Н. Гаврилова // Новая экономика России в Индустрии 4.0 : Материалы всероссийской (национальной) научно-практической конференции, Москва, 24 ноября 2022 года / Под редакцией А.В. Семенова, Л.Г. Руденко, Н.В. Бушуевой. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2022. – С. 471-477. – EDN LKWJDK.

3. Бондарев, А. В. Проблема правовой регламентации искусственного интеллекта в эпоху цифровой трансформации государственного управления РФ / А. В. Бондарев // Проблемы и перспективы развития местного самоуправления в Российской Федерации и зарубежных странах : сборник материалов Всероссийской конференции с международным участием, Москва, 19–23 апреля 2021 года. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2021. – С. 514-520. – EDN IDJSXC.

4. Бондарев, А. В. Проблемы внедрения искусственного интеллекта в банковский сектор / А. В. Бондарев, Э. Н. Гаврилова // Пространственное развитие российской федерации: современные тенденции и вызовы : Материалы всероссийской научно-практической конференции, Москва, 25 ноября 2021 года / Под редакцией А.В. Семенова, Л.Г. Руденко, Н.Н.



Егоровой. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2021. – С. 472-480. – EDN DWXUOK.

5. Бондарев, А. В. Искусственный интеллект в государственном управлении / А. В. Бондарев // Проблемы и перспективы развития местного самоуправления в Российской Федерации и зарубежных странах : Сборник материалов Всероссийской конференции с международным участием, Москва, 25–29 апреля 2022 года / Под редакцией Л.Т. Чихладзе, Е.Ю. Комлева. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2022. – С. 350-354. – EDN XKDDGM.

6. Джонс М.Т. Программирование искусственного интеллекта в приложениях. 2-е изд. М.: ДМК-Пресс, 2011. 313 с.

7. Чеклецов В.В. Чувство планеты. Интернет Вещей и следующая технологическая революция. М.: Российский исследовательский центр по Интернету Вещей, 2013. 130 с

8. Article by the British newspaper The Guardian: "Welsh police wrongly identify thousands as potential criminals" [Электронный ресурс], режим электронного доступа, URL: <https://clck.ru/RZE8R> (дата обращения: 23.03.2023)

9. Positive Technologies // Аналитическая статья: «Особо горячие обстоятельства из мира кибербезопасности. Итоги 2022-го и прогнозы на 2023 год по версии Positive Technologies» // 2023 [Электронный ресурс], режим электронного доступа, URL: <https://www.ptsecurity.com/upload/corporate/ru-ru/analytics/Ogo-kakaya-IB.pdf> (дата обращения: 23.03.2023)

© Бондарев А.В., Назаренко О.В., 2023

УДК 658.8

## ЧЕМ МОЖНО ОБЪЯСНИТЬ ФЕНОМЕНАЛЬНЫЙ РОСТ И УСПЕХ «СТАРБАКС»

### WHAT CAN EXPLAIN THE PHENOMENAL GROWTH AND SUCCESS OF «STARBUCKS»

Боса Е.Ч.Н.Ч.

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

A properly developed and carried out strategy is one of the most crucial elements of success. In less than thirty years, Starbucks Coffee Company has gone from being a small, local company to an undeniable global leader in the coffee sector. The company has experienced significant growth since it opened



its first cafe in 1985. Today, it has 35711 locations worldwide while maintaining its unique identity [1].

The corporation owes its success to an incredibly successful business model that very precisely accounts for the psychology of a contemporary person. Starbucks aimed to provide customers with a lifestyle rather than just a place to drink coffee.

The Starbucks strategy is a global differentiation strategy, where the organization gives its products properties different from those of competing products in all countries, in order to create a single global image of the product and ensure a stable position in the market. The company uses a single model of competition, common technologies, knowledge and experience in all countries where it operates. Also, Starbucks offers standard products, moderately adapted, if necessary, to local conditions.

Starbucks' international development strategy combines active growth and consideration of the long-term potential of the developed markets along with access to several new and promising ones.

On average, Starbucks opens three new coffee shops around the world every day. At the same time, the company's strategy is such that it does not seek to make a profit in new markets for itself, directing all available funds to development.

Starbucks mission statement is “To inspire and nurture the human spirit – one person, one cup and one neighborhood at a time.” [2] It is a statement that brings out critical customer centric elements of the company. The mission statement begins by highlighting the company's primary responsibility to its clients while also highlighting the significance of these clients for the company's continued success.

Starbucks vision statement is “To establish Starbucks as the premier purveyor of the finest coffee in the world while maintaining our uncompromising principles while we grow.” It outlines the critical achievements the company must realize to rank and maintain itself as a top brand within this sector.

Product policy. Starbucks establishes a strong and profitable competitive advantage of the product line by widely differentiating its coffee and related products depending on its capabilities and innovations. In addition to the existing more than 30 different coffee drinks, the range of products offered has expanded from cakes to various sandwiches and yoghurts.

The company started offering tea drinks in an effort to appeal to a wider customer base, so now people who don't drink coffee can also enjoy Starbucks' ambiance and high-quality goods. As a result, the product line was expanded through the introduction of innovative products like Wild Sweet Orange tea, Tazo tea, and others.



Following this, Starbucks continued to implement its diversification strategy, invading supermarket shelves with its bottled coffee drink "Frappucino" and Starbucks ice cream. Next, Starbucks set the task of increasing revenue from existing customers: the product development strategy involved the release of related products, in particular CDs and a lifestyle magazine "Joe".

Thus, the retail product range consists of around 61% of coffee drinks, 15% of coffee beans, 16% of food products, and 8 percent of accessories related to coffees. For clarity, the retail product range in Starbucks is presented in Figure 1.

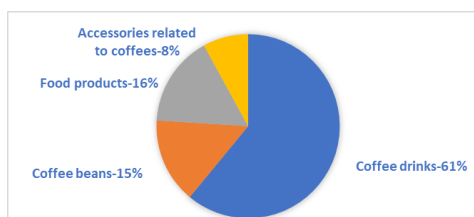


Figure 1 – Product range in Starbucks [3]

This product range in each store varies depending on the size and location of each coffee shop. In large establishments, you can see a greater variety of coffee beans, delicacies, tea, coffee mugs, coffee grinders, coffee equipment and other accessories. Small coffee shops usually sell a full line of coffee drinks, a limited selection of coffee beans, and several pieces of equipment.

The company constantly invests its efforts in developing new ideas, new products, and new experiences for customers who have fallen in love exclusively with Starbucks and have become its regular customers.

Pricing policy. The Starbucks coffee chain has become a global corporation with a capitalization of 15USD billion, offering consumers a rich selection of high-quality coffee at a reasonable price. The company adheres to a single pricing policy, so coffee in Starbucks coffee shops will rise in price the same way - from Chile to Germany.

Starbucks positions product prices as "high quality at a reasonable cost." Nevertheless, the company's pricing strategy is to set prices for many products higher than those of competitors in order to give them an image of elitism. Products in Starbucks are more expensive than those of competitors such as Dunkin' Donuts, Mc Donald's, as the effect of perceiving the company's products as high-class and of the highest quality is achieved, but at the same time Starbucks maintains strict quality control of its coffee, as well as service to all its customers. The built strategy of high price supports the status of high quality goods, as well as the brand of the company. However, when compared with premium coffee establishments (Lavazza, Coffee Bean & Tea Leaf), then their price is lower than the prices of companies in this category, respectively, Starbucks captures another segment - visitors who appreciate the taste of coffee, but are not willing to pay such a high price in other premium places. While there is a risk that customers will choose cheaper products by offering more expensive



products, although there are cheaper substitutes, in comparison, Starbucks justifies the set prices.

Since Starbucks is a public company that enjoys great confidence in the market, it is critically important for it to remain attractive to investors. The price increase is necessary to improve the financial performance of the company. Starbucks will only be able to maintain its active international expansion by improving profitability in the key markets.

However, if prices are raised too much, it may not lead to the effect that the company is aiming for. After all, the coffee shop market has changed significantly in recent years, largely under the influence of Starbucks itself, which created a segment of democratic coffee shops with a large selection of high-quality coffee. The pursuit of high growth rates in already developed markets can alienate traditional customers.

Distribution. Starbucks sells the "Starbucks' experience" in addition to its coffee. Customers are successfully being told about the company's vision. It can persuade customers to pay more for premium goods and a new way of life. Through rapid expansion of its retail operations, the introduction of new products and store concepts, and the development of new distribution channels, Starbucks hopes to establish and leverage its premium brand.

Starbucks uses multiple channels of distribution for its products. To start with, Starbucks sells its products through a direct retail system in company-owned stores. They import and process coffee and then sell it under their own brand name in their own stores. However, Starbucks also has stores in malls and grocery stores where you can buy its goods. Starbucks also has distribution agreements with companies that provide coffee for offices, hotels, and airlines. Using multiple distribution channels allows the company to reach a wider market, however, while doing so Starbucks needs to be careful with this approach due to the potential for channel conflict.

Outside of the stores run by the company, Starbucks distributes its goods through a variety of channels. These involve agreements with businesses that provide food services, authorized partners, grocery channels, warehouse club accounts, direct-to-customer market channels, joint ventures, and other specialized operations.

The deal with Kraft Foods allows that Starbucks' products are available on grocery shelves. Both companies accomplished marketing and promotion activities, e.g. radio advertising campaign or launching touch-screen marketing tools in supermarkets with info about specific bean types and blends. That helps customers to understand about Starbucks experience and shows them how they can bring that experience home. Beside the cooperation with Kraft Foods to sell its coffee products in supermarkets, Starbucks delivers whole bean and ground coffees to office coffee distributors, institutional foodservice companies, hotels, airlines, retailers and restaurants. In 2001, the company had already 5,500



foodservice accounts which brought Starbucks 31% of its specialty revenues. Additionally, the distribution to warehouse club chains ensured the company 13% of specialty revenues. [4]

Communications. Starbucks' communication strategy entails raising consumer awareness, changing their perspectives, enhancing their brand's reputation, and replacing their current coffee brand with a new one in their eyes. Starbucks's communication strategy includes media use, sales promotion, social sponsorship, public relations, advertising, and launch offers. These are crucial in order to build a relationship with customers. These are the sources that draw customers to ultimately decide whether to purchase the product. Starbucks engages in these activities to strengthen its position in the market. To accomplish their mission and realize their vision, they have both short- and long-term strategies.

Short term and medium term: Advertising: Starbucks uses print and electric media to advertise; Launch offers: Offer a novel product to introduce in the market; Publicity: They introduce their brand in the worldwide marketplace; Using the media: using the media to inform the public of new information.

Long term: Starbucks rewards devoted customers with a gold card as a sales promotion; Social sponsorship: They give to charities, recycle, cut waste, conserve energy, and other things; Public relations: They make good relationships with their customers by using customer data to remind or inform them of their most recent promotions or activities.

Advertising. Starbucks advertising expenses totaled 248.6USD million in fiscal 2021. [4] Print and media advertising represents the core of Starbucks marketing strategy and the advertising attempts to associate Starbucks brand with the superior quality and pleasing experience. As a result, Starbucks conveys the following messages to the target customer segment through print and media advertising: “Beware of cheater coffee. It comes with a price”, “If your coffee isn’t perfect, we’ll make it over. If it’s still not perfect, make sure you are in a Starbucks”, “Starbucks or Nothing. Because Compromise Leaves Really Bad Aftertaste”. [5]

Starbucks began utilizing social media and viral marketing much earlier than the majority of its rivals, which had a favorable effect on the amount of sales it generated. Back in 2009, Starbucks ran a significant social media campaign in which US-based customers were offered a free pastry via social media if they bought a drink before 10:30 am. [6] One million people were interested in the marketing initiative that was publicized on social media. Tweets are ones of Starbucks' most recent and successful social media marketing campaigns: @tweetacoffee, Blonde Roast, Pumpkin Latte, #TreatReceipt and others. Additionally, Starbucks has adapted social media as a productive customer communication channel to create new products while taking into account customer preferences and suggestions.



Sales Promotion. Starbucks frequently makes use of the marketing communication mix's sales promotion component. The massive coffee chain employs the following types of sales promotion strategies:

**Loyalty Card.** My Starbucks Rewards customer loyalty program is an effective tool that plays an instrumental role to implement most sales promotion initiatives in practice. The program allows registered customers to “collect Stars and earn more rewards with every visit to Starbucks”. The benefits include "buy one, get one free" drinks, a free slice of cake during the month of the customer's birthday with the purchase of any created drink, free drink customization, and others. In the U.S. and Canada, effective April 2016, the company modified its transaction-based loyalty program, My Starbucks Rewards to a spend-based program, Starbucks Rewards™.

**Point of sales materials.** Starbucks strategically places display stands and other point-of-purchase materials to effectively demonstrate to customers that the product is available.

**Free gifts.** The world's largest coffee retailer promotes “Buy One Get One Free Every Friday” in participating stores. Moreover, Starbucks is known to offer free gifts to mark specific occasions. For example, to celebrate the 13th birthday of its Pumpkin Spice Latte in October 2016, the coffee chain was giving away free coffee to the first 1,300 customers who walk into every Starbucks and say “Happy Birthday, Pumpkin Spice Latte.”

**Seasonal sales promotions.** The coffee chain regularly runs seasonal sales promotions, including Starbucks Red Holiday Cup and Christmas Holiday promotions.

Moreover, the company has been successful in terms of achieving an effective integration of sales promotion and CSR programs and initiatives. The initiative 1USD reusable cup was launched in the US in January 2013 with positive effects on the volume of sales and company brand image.

To sum up, Starbucks' success can be attributed to a combination of factors that were considered in this work, such as including its strong branding, excellent customer service, inviting store design, consistent product innovation, and commitment to social responsibility. By focusing on these key areas, the company has been able to build a loyal customer base and maintain its position as one of the world's leading coffee retailers.

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

1. Number of Starbucks stores worldwide from 2003 to 2022: Statista Research Department, [Electronic resource]. 2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/266465/number-of-starbucks-stores-worldwide/> (Accessed 11 May 2023).

2. Cuofano G. Starbucks Mission Statement And Vision Statement In A Nutshell [Electronic resource] // Journal FourWeekMBA. 2023. 10 March.



URL: <https://fourweekmba.com/starbucks-mission-statement-vision-statement/> (Accessed 11 May 2023).

3. Fang K. Starbucks SWOT Analysis [Electronic resource] // Platform Academia. URL: [https://www.academia.edu/8553966/Starbucks\\_SWOT\\_Analysis](https://www.academia.edu/8553966/Starbucks_SWOT_Analysis) (Accessed 11 May 2023).

4. Starbucks Corporation Form-10K: U.S. securities and exchange commission's website [Electronic resource] // Commission File: 0-20322. URL: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/829224/000089102001500442/v77933e10-k.htm> (Accessed 11 May 2023).

5. Dudovskiy J. Starbucks Marketing Communication Mix [Electronic resource] // Business Research-Methodology. 2022. 7 October. URL: <https://research-methodology.net/starbucks-marketing-communication-mix/> (Accessed 11 May 2023).

6. Shezray H., Feroz K., Waqas M. How Starbucks pulled itself out of the 2008 financial meltdown [Electronic resource] // Business Today Magazine. 2014. URL: <https://www.businesstoday.in/magazine/lbs-case-study/story/how-starbucks-survived-the-financial-meltdown-of-2008-136126-2014-09-22> (Accessed 11 May 2023).

© Боса Е.Ч.Н.Ч., 2023

УДК 336.64

**ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ  
ООО «ВКУСВИЛЛ»**

**INCREASING THE FINANCIAL SUSTAINABILITY  
OF «VKUSVILL» LLC**

Боса Е.Ч.Н.Ч.

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

The modern world economic crisis has increased the independence of enterprises, their economic and legal responsibility, and the role of analyzing their financial condition. Financial condition is the most important characteristic of the economic activity of the enterprise, and financial stability is the key to survival and the basis for the stability of the financial position. The work focuses on the financial condition of “Vkusvill” LLC, which allows to objectively assess its financial position and outline ways to improve it.

Financial analysis is an important tool for market participants to assess the financial position of an enterprise. It includes structure, property status, liquidity, financial stability, business activity, return on equity and sales,







financial leverage, and production leverage. To obtain data for analysis, we will need sufficient and reliable information characterizing the financial condition of the company.

Financial stability analysis is necessary to assess the degree of independence from borrowed sources of financing. Financial stability should be characterized by a state of financial resources that meets the requirements of the market and meets the needs of the enterprise. [1]

The absolute indicators of financial stability are indicators that characterize the degree of supply of reserves and costs by the sources of their formation. We can consider a real company for a better understanding of the topic.

Organization «Vkusvill» limited liability company, it's main activity is "Retail trade mainly in food products, including beverages, and tobacco products in non-specialized stores", 95 additional activities are registered.

Company's consumers are wealthy buyers who are willing to pay more for quality products. Competitors in a narrow segment of specialized grocery stores are: «Perekrestok», «Azbooka Vkusa», «LavkaLavka», the market share of «Vkusvill» can be seen in the Figure 1.

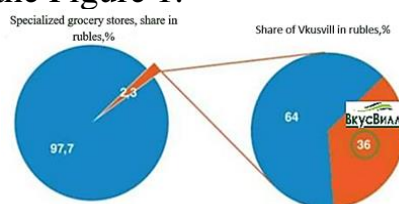


Figure 1 – Market share of LLC «Vkusvill» [2]

This work is concentrated more on the financial stability of LLC «Vkusvill», that is why we will consider two analysis of financial sustainability: Analysis of the composition and structure of assets and sources of their formation on the Table 1; Analysis of the relative indicators of financial stability on the Table 2.

Table 1 – Analysis of the composition and structure of assets and sources of their formation of LLC «Vkusvill» (compiled by the author based on the data [3])

	Optimal value	2020	2019	2018
Independence index	$I1 \geq 50\%$	55.7%	63.4%	65.1%
Financial sustainability index	$60\% \leq I2 \leq 100\%$	55.7%	63.4%	65.1%
Index of dependence on long-term borrowed capital		0%	0%	0%
Index of financing	$I2 \geq 100\%$	134.8%	187.1%	208.4%

In the analysis of the composition and structure of assets and sources of their formation the key issue is the assessment of the ratio of equity and borrowed funds.

In the analysis of the relative indicators of financial stability the level of financial stability is characterized by a system of relative indicators, which are calculated in the form of ratios of the absolute indicators of an asset and a liability balance.



Table 2 – Relative indicators of financial stability of LLC «Vkusvill» (compiled by the author based on the data [3])

	Optimal value	2020	2019	2018
The autonomy index	$0.6 \leq I1 \leq 0.5$	0.56	0.63	0.65
The leverage index	$I2=0.5, I2 \leq 0.8$	0.41	0.34	0.31
The ratio of borrowed and own funds	$I3 \leq 1$	0.74	0.53	0.48
The index of maneuverability of own capital	$0 \leq I4 \leq 1$	0.69	0.8	0.53
The index of own funds	$I5 \geq 0.1$	1.03	0.85	1.46

After all analysis, we have the possibility to outline weaknesses of “Vkusvill”. The fall in the Independence index indicates a decrease in financial independence from borrowed sources and a possible increase in financial risks. The situation is not critical as the value is still more than 50 and in case of the simultaneous presentation of all debts, company will have the opportunity to pay them off by selling that part of property that is formed at Vkusvill’s own funds. The leverage index is getting closer to the optimal state, meaning the company is getting to the state when it has an equal ratio of own and debt capital. The index of own funds was less than 1 in 2019, that means the company depended on borrowed funds in the formation of its current assets, but in 2020 they adjusted the dynamics for the better. Also, the ratios of borrowed and own funds have normal limit not more than 1. Vkusvill’s ratios are in reference values, but there is a tendency of increase in this value, that shows the possibility of increase in the amount of borrowed funds that falls on the 1 ruble of own funds invested in the assets of the company. In addition to this, during conduction of the analysis, the question arose about the lack of long-term borrowed funds from the enterprise.

The financial stability of LLC «Vkusvill» is determined by the ability of the enterprise to make payments on time, finance activities on an extended basis, withstand shocks and maintain its solvency in adverse circumstances. Financial activity should be aimed at ensuring the planned receipt and expenditure of monetary resources, calculation discipline, the achievement of rational proportions of equity and borrowed capital, and its most efficient use. The LLC «Vkusvill» is financially dependent, but not completely stable, and measures should be developed based on the analysis of the financial activities to strengthen financial stability.

Activities aimed at improving the financial stability of the enterprise can be divided into three large groups: Activities related to the management of accounts receivable; Activities aimed at increasing the volume of sources of own financing; Activities to improve the structure of working capital.

Measures to increase the volume of sources of own financing include the following areas: Measures to accelerate sales and sales, for example, a system of discounts, acceleration of sales of goods that bring the greatest income; Measures to improve the assortment, for example, reducing the production of products with low profitability, focusing on the production of the most profitable goods; Measures to expand the sales market, for example, the development of an



advertising campaign. Measures to improve the structure of working capital due to early repayment of receivables, funds appear that can be partially put into circulation.

At the expense of these funds, the share of own working capital will be increased, respectively, this will affect the increase in indicators characterizing the financial stability of the company. As a result of the application of measures to manage accounts receivable, the company has more additional own funds or funds in the form of a factoring loan, which, ultimately, become completely own.

The second source of replenishment of working capital at the expense of own participation is the distribution of profits from activities that provide sources of own financing. Profit distribution goes traditionally to consumption and accumulation funds. The accumulation fund is a source of long-term development, including working capital.

Measures to manage the company's accounts receivable: exclusion from the number of partners of enterprises with a high degree of risk; periodic revision of the maximum loan amount; use of the possibility of payment of accounts receivable by promissory notes, securities; formation of the principles of settlements of the enterprise with counterparties for the coming period; identification of financial opportunities for the enterprise to provide a commodity (commercial loan); determination of the possible amount of current assets, diverted into accounts receivable on a commodity loan, as well as on advances issued; formation of conditions for ensuring debt collection; formation of a system of penalties for late fulfillment of obligations by counterparties (provide for such contract conditions that they encourage counterparties to avoid violation of payment terms); use of modern forms of debt refinancing; diversification of clients in order to reduce the risk of non-payment by the monopoly customer; assess the financial condition of counterparties who are provided with a deferred payment; to plan the amount of accounts receivable and motivate employees of the enterprise involved in the process of managing accounts receivable to achieve it.

After determining the necessary measures, we can consider recommendations for the implementation of measures for the improvement of the financial condition of LLC "Vkusvill". The main task of any enterprise is to make a profit, and professional cash flow management can help reduce costs by saving labor and materials. To increase the company's profit, company can perform the following actions: Increase the Goodwill of the brand by the guarantee of the environmental friendliness of products due to own laboratory (Terms - In 1 year, Executors - PR department, Expenses - 2 000 000₽); Acquisition of new technologies that will be profitable and will be able to bring additional profit(In 2 years, Development dep., 8 000 000₽); Implementation of bonus programs for regular customers (In 2nd quarter, Development dep.,



65 000₽); Review and make changes to the pricing policy of the company, since the company is centered on retail of specialized products (In 1 year, Order settlement dep., 50 000₽); Improve and constantly check the quality of services provided (In 1st quarter, Quality manager, 100 000₽); Introduction of discounts in certain periods, for example holidays (In 1st quarter, Marketing dep., 60 000₽);

After implementation of the above suggestions of measures there is a high probability of an advantage over competitors, which can help attract new customers in the future.

So, to increase and strengthen the financial stability of the enterprise, it is necessary to seek reserves for increasing the rate of accumulation of its own sources, providing material working capital with its own sources. In addition, it is necessary to find the most optimal ratio of financial resources, in which the enterprise, freely maneuvering funds, is able, through their effective use, to ensure an uninterrupted process of production and sale of products, as well as the costs of its expansion and renewal.

To sum up, this work showed that financial stability is the main component of an enterprise's overall stability. “Vkusvill” is a company focused on retail trade in specialized items. To gain an advantage over competitors, some measures were considered, like the company must revise and change its pricing strategy, enhance and check the quality of services supplied, and offer discounts throughout certain times of the year.

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

1. Aramonte S., Schrimpf A., Shin H. S. Non-bank financial intermediaries and financial stability – Available at SSRN 3952551. – 2022. – 6 p. (Accessed 10 May 2023).

2. Dashkovsky I. Новые реалии рынка. Как адаптируются покупатели? [Electronic resource]. URL: <https://www.slideshare.net/DashkovskyIlya/ss-67374613> (Accessed 10 May 2023).

3. LLC "Vkusvill" financial statements: website audit firm's “Avdeev and Co” [Electronic resource]. 2020. URL: [https://www.audit-it.ru/buh\\_otchet/7734675810\\_ooo-vkusvill](https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7734675810_ooo-vkusvill) (Accessed 11 May 2023).

© Боса Е.Ч.Н.Ч., 2023



УДК 336.717

## ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖИ: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ

Бренман А.И.

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

Электронные платежи – это способы оплаты, осуществляющиеся через интернет через сайты, мобильные приложения, платежные терминалы и т.д. Подобные системы позволяют потребителям совершать платежи без необходимости использования наличных денег или чеков, также ускоряя процесс оплаты, делая его безопаснее и удобнее [1, 2, 3, 4]. Электронные платежи могут осуществляться с помощью банковских карт, электронных кошельков, интернет-банкинга, мобильных платежей и других способов, количество которых из года в год растёт, набирая популярность благодаря своей доступности и быстрой скорости выполнения операций [5, 6, 7, 8].

Сегодня рынок электронных платежей демонстрирует высокую динамику роста [9]. В последние годы, с развитием технологий и удобства использования, электронные платежи стали неотъемлемой частью повседневной жизни горожан подавляющего числа стран. Различные платежные системы и сервисы предлагают широкий спектр услуг, от покупок в интернет-магазинах до переводов денег между физическими лицами и бизнесами.

Крупнейшие компании, такие как PayPal, AliPay, Apple Pay, Google Pay и Stripe, укрепляют свои позиции на рынке, предлагая новые услуги и расширяя свою глобальную деятельность. В России количество людей, использующих электронные платежи, составляет 70% от общего числа интернет-пользователей [10]. Растущая популярность электронных платежей во всем мире стала причиной появления новых игроков на рынке. Такие компании, как Square, Wise (ранее TransferWise) и Revolut, получили значительные инвестиции и быстро расширили свою деятельность за счет привлекательных условий использования своих сервисов [10]. Согласно отчету World Payments Report 2020, общий объем мировых электронных платежей превысил \$700 трлн. в 2019 году, и ожидается, что этот объем будет расти с темпом 6,9% в период с 2020 по 2025 гг. [9].

Также следует отметить рост использования криптовалют в этой сфере [11, 12]. Биткоин, Эфириум и другие криптовалюты всё чаще служат альтернативным средством платежа. Они продолжают развиваться и





вносить значительные изменения в финансовую инфраструктуру. Одни из наиболее известных цифровых валют, Биткоин и Эфириум, используют децентрализованные системы, позволяющие пользователям проводить транзакции без участия банков или других финансовых институтов. Кроме того, цифровые валюты востребованы у тех, кому необходимо совершать переводы денег между странами, так как обеспечивают минимальные комиссии и позволяют платить без посредников.

На данный момент капитализация рынка криптовалют составляет более 2 триллионов долларов США, а число пользователей криптовалютных кошельков в мире превышает 200 миллионов [14], посредством чего, блокчейн технология имеет большой потенциал для изменения финансовой инфраструктуры, позволяя создавать децентрализованные системы учета, где транзакции могут быть безопасно и прозрачно записаны в цепочку блоков. Блокчейн также постепенно начинают использовать для создания цифровых идентификаторов, что улучшает безопасность и облегчает процессы проверки личности при совершении транзакций [15, 16].

В настоящее время многие компании уже используют блокчейн технологии в своих платежных системах. Так, RippleNet пользуется ими для лёгкости международных транзакций с низкими комиссиями, а PayPal в 2018 году инвестировал в блокчейн-стартап Cambridge Blockchain, не связанный с запуском собственного блокчейн-центричного платежного протокола, однако приближающий к данной идеи [11]. Другие крупные компании, включая PayPal, Visa, Mastercard и Square, начали интегрировать криптовалюты и блокчейн-технологии в свои продукты и услуги [14]. Блокчейн также находит применение в сфере финансовых услуг, к примеру, в смарт-контрактах и цифровых валютах. В настоящее время общая рыночная капитализация всех цифровых валют превышает 2 триллиона долларов [6]. А доходы от блокчейна, по данным исследования Juniper Research, в сфере финансовых услуг могут достичь 462 миллиарда долларов к 2030 году.

С увеличением использования электронных платежей растет и количество безналичных операций. По данным World Payments Report, в 2020 году в мире было совершено более 708 миллиардов безналичных операций [9].

Влияние этих изменений на финансовые механизмы и процессы электронных платежей заключается в том, что компании всё больше склоняются к использованию цифровых технологий для улучшения процессов оплаты и управления финансами. В то же время, банки стараются интегрировать современные технологии в свои системы, чтобы оставаться конкурентоспособными. В свете развития электронных платежей и новых технологий, банковская сфера также меняется и



приспосабливается к новым условиям. Новые технологии и конкуренция со стороны финтех-стартапов привели к тому, что банки начали менять свои услуги и улучшать пользовательский опыт.

Электронные платежи также имеют ряд преимуществ для потребителей и бизнеса, так как обеспечивают удобство и быстроту проведения транзакций, повышают эффективность и надежность финансовых операций, позволяют снизить затраты на обслуживание клиентов и проведение операций.

Однако, наряду с преимуществами, новые технологии также представляют риски финансовых компаний. Банковская сфера сталкивается с серьезными вызовами, связанными с быстро развивающимися технологиями в области электронных платежей. Компании, которые не приспосабливаются к этим изменениям, могут оказаться на грани банкротства.

Новые тенденции в электронных платежах также приводят к изменению конкурентной среды. Банковский сектор сталкивается с конкуренцией со стороны финтех-компаний и финтех-подразделений крупных цифровых игроков (PayPal, Apple Pay, Google Pay), внедряющих современные технологии для создания новых продуктов и услуг [17]. В 2020 году мировые инвестиции в финтех-стартапы составили 44,5 миллиарда долларов [9]. Эта конкуренция может привести к вытеснению банков с рынка.

Открывая перед финансовой инфраструктурой новые возможности, блокчейн не всегда оказывает положительное влияние на сферу финансов. Уже сейчас известно о сокращении затрат на сделки в области ценных бумаг на \$15-20 млрд. в год [10].

Помимо банков, негативные последствия от электронных платежей могут возникать и у других заинтересованных сторон, например: увеличение риска для финансовой стабильности (электронные платежи могут способствовать быстрому и легкому перемещению капитала, что может привести к нестабильности финансовой системы); увеличение риска мошенничества (электронные платежи могут быть уязвимы для мошенничества и кибератак, что может нанести ущерб как пользователям, так и регулирующим органам) [18, 19, 20].

Электронные платежи требуют нового нормативно-правового регулирования, разработка которого может занять значительное время, в течение которого интересы пользователей электронных платежей могут быть защищены в недостаточной степени [21].

Электронные платежи могут быть уязвимы для нарушения конфиденциальности данных пользователей. По этой причине одним из основных негативных последствий развития электронных платежей является возрастание уровня мошенничества. В 2020 году объем убытков,



связанных с мошенничеством в онлайн-платежах, достиг \$42 миллиардов [22]. Однако с развитием технологий и внедрением новых мер безопасности эта угроза может быть частично устранена.

Некоторые группы населения могут столкнуться с проблемами доступа к электронным платежам, что может создать неравенство в области финансовых услуг и возникновение социальных проблем.

Возможность совершения электронных платежей зависит от доступа к интернету, бесперебойной работы сетей связи, наличия соответствующих устройств (мобильных телефонов и т.д.), причем эти условия должны выполняться для всех участников сделки. При невыполнении этих условий электронные платежи невозможны [22]. Разработка мероприятий по устранению этих угроз необходима для устойчивого развития отрасли электронных платежей [23].

Подводя итог всему вышесказанному, электронные платежи стали неотъемлемой частью финансовой инфраструктуры. Несмотря на риски, новые тенденции и инновации в финансовой инфраструктуре могут привести к увеличению доступности и эффективности финансовых услуг для миллионов людей по всему миру. Важно, чтобы регуляторы, банки и финтех-компании работали вместе для обеспечения безопасности и защиты данных, а также для обеспечения соответствия нормам и требованиям регулирующих органов.

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

1. Алесина, Н. В. Роль электронных платежных систем в процессе цифровой трансформации экономики / Н. В. Алесина, А. С. Чуйков, Н. Э. Безматерных // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 2(84). – С. 10-13. – DOI 10.24412/2411-0450-2022-284-10-13. – EDN YZHABP.

2. Апатова, Н. В. Цифровые трансформации бизнеса и социума / Н. В. Апатова // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2022. – № 4(60). – С. 60-71. – DOI 10.26456/2219-1453/2022.4.060-071. – EDN ZWZQWV.

3. Плотников, В. А. Цифровизация как закономерный этап эволюции экономической системы / В. А. Плотников // Экономическое возрождение России. 2020. № 2(64). С. 104-115. DOI 10.37930/1990-9780-2020-2-64-104-115.

5. Плотников, В. А. Проблемы финансового сопровождения хозяйственных операций в условиях экономических санкций / В. А. Плотников, Н. В. Цехомский // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2022. – № 6(138). – С. 68-72. – EDN ZFORBP.

6. Куликова, О. М. Применение QR-платежей в сфере товарного обращения / О. М. Куликова, С. Д. Суворова // Экономика и бизнес: теория





и практика. – 2021. – № 2-1(72). – С. 125-128. – DOI 10.24412/2411-0450-2021-2-1-125-128. – EDN AJLVEJ.

7. Лафер, В. В. Национальная платежная система России, её правовые особенности и анализ ее развития / В. В. Лафер, О. Е. Пирогова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – № 2(28). – С. 59-66. – EDN YTFZJU.

8. Подготовка бизнеса к цифровизации и его адаптация / Е. А. Алексеева, А. А. Гракун, Е. Д. Доморацкий, А. Д. Лычакова // Финансовый бизнес. – 2022. – № 1(223). – С. 3-7. – EDN DEZZHM.

9. Суворова, С. Д. Цифровая трансформация бизнеса / С. Д. Суворова, О. М. Куликова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2022. – № 2(60). – С. 54-59. – DOI 10.47581/2022/IE.2.60.10. – EDN OVPLOP.

10. Отчёт World Payments Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cargemini.com>. (Дата обращения: 07.05.2023)

11. Идрышева, С. К. Электронные платежи и электронные деньги: правовые основы и отдельные коллизии в правовом понимании терминов / С. К. Идрышева // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. – 2021. – Т. 17, № 1. – С. 68-85. – DOI 10.12737/jflcl.2021.009. – EDN FIETWI.

12. Мосакова, Е. А. Криптовалютный рынок Японии: история и современность / Е. А. Мосакова // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2020. – Т. 2, № 4(100). – С. 90-95. – DOI 10.34684/ek.ur.p.r.2020.04.02.014. – EDN AABWRX.

13. Жилинкова, И. Н. Особенности конвергенции криптовалютной валюты в фиатную кредитно-денежную систему страны / И. Н. Жилинкова, Т. М. Хван // Инновационные кластеры цифровой экономики: драйверы развития : Труды научно-практической конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 17–21 мая 2018 года / Под редакцией А.В. Бабкина. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2018. – С. 418-430. – DOI 10.18720/IEP/2018.3/54. – EDN XSUNLV.

14. Липатников, В. С. Перспективы применения криптовалют в Российской Федерации / В. С. Липатников // Информационное общество. – 2019. – № 6. – С. 42-48. – EDN ZMNJTF.

15. Булгатова, Ю. С. Разработка концептуальных положений использования блокчейн-технологий с целью повышения эффективности управления в экономических системах / Ю. С. Булгатова, Д. Д. Цыренов // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. – 2018. – № 4. – С. 26-31. – DOI 10.18101/2304-4446-2018-4-26-31. – EDN YOIHNZ.



16. Сироткин, В. Л. Криптография и блокчейн как решения проблем транспортно-логистической системы / В. Л. Сироткин, Т. В. Кириллова // Автоматизация и энергосбережение машиностроительного и металлургического производства: технология и надежность машин, приборов и оборудования : материалы XIV Международной научно-технической конференции, Вологда, 10 декабря 2019 года. – Вологда: Вологодский государственный университет, 2020. – С. 432-436. – EDN MAELNS.

17. Яковлев, А. А. Применение концепции Block Chain в целях совершенствования системы управления качеством на предприятии / А. А. Яковлев, Т. С. Лебедева // Петербургский экономический журнал. – 2020. – № 4. – С. 167-176. – DOI 10.24411/2307-5368-2020-10050. – EDN KZGGAJ.

18. Котляров, И. Д. Цифровая трансформация финансовой сферы: содержание и тенденции / И. Д. Котляров // Управленец. – 2020. – Т. 11, № 3. – С. 72-81. – DOI 10.29141/2218-5003-2020-11-3-6. – EDN QCAMVP.

19. Апатова, Н. В. Кибербезопасность: проблемы бизнеса / Н. В. Апатова // Проблемы информационной безопасности социально-экономических систем : VIII Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция, Симферополь - Гурзуф, 17–19 февраля 2022 года. – Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2022. – С. 3. – EDN TFGOFK.

20. Апатова, Н. В. Финансовая безопасность и технологии блокчейн / Н. В. Апатова, О. Л. Королев // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2017. – № 4(41). – С. 35-41. – EDN ZWQHLD.

21. Печерица, Е. В. Теоретические подходы к определению теневой экономики / Е. В. Печерица, О. С. Надежина, С. И. Головкина // Региональная экономика: теория и практика. – 2021. – Т. 19. – № 12(495). – С. 2325-2344. – DOI 10.24891/re.19.12.2325. – EDN PCPRKM.

22. Котляров, И. Д. Проблемы правового регулирования финтеха / И. Д. Котляров // Информационное общество. – 2020. – № 4. – С. 12-22. – EDN WRDCJK.

23. Котляров, И. Д. Устойчивость обслуживания потребителей в условиях цифровой экономики / И. Д. Котляров // Экономика и управление: теория и практика. – 2022. – Т. 8, № 4. – С. 21-29. – EDN UIZLGV.

24. Апатова, Н. В. Цифровая экономика: проблемы и перспективы устойчивого ноосферного развития / Н. В. Апатова, О. Л. Королев // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Д. Экономические и юридические науки. – 2021. – № 6. – С. 2-8. – DOI 10.52928/2070-1632-2021-57-6-2-8. – EDN PFYRGC.

© Бренман А.И., 2023



УДК 69.003

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Будян В.П., Пупенцова С.В.

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

Один из самых важных элементов развития экономики любого государства – это инвестиции. Инвестиции позволяют создавать новые производства, расширять техническую базу, укреплять социальную сферу и обеспечивать экономический рост. Важным компонентом инвестиционной деятельности являются инвестиционно-строительные проекты (далее ИСП), которые направлены на строительство новых объектов или модернизацию уже существующих. Однако, эффективность ИСП зависит не только от качества и правильности их проектирования, но и от эффективности финансирования. Именно этому и будет посвящена данная работа. Цель исследования – выявить особенности оценки эффективности финансирования ИСП. Задачи исследования – обобщить основные этапы развития ИСП; раскрыть содержание основных этапов ИСП; привести классификацию основных источников финансирования ИСП; охарактеризовать этапы и основные методы оценки эффективности финансирования ИСП. Материалы и методы решения задачи: синтез, индукция (индуктивное обобщение (эмпирическое), конкретизация, сравнение, метод имитационного моделирования.

Как правило, инвестиционный проект представляет собой комплексный план по вложению средств, включающий в себя финансовую модель, маркетинговые исследования, технический анализ и прочие необходимые аспекты [1]. Обобщим основные этапы развития ИСП.

1. Идея проекта. Этот этап может быть вызван множеством факторов: изменениями в законодательстве, выявлением неудовлетворённых потребностей клиентов и т.д. Важно выявить идею, которая будет иметь широкие перспективы и интерес к ней будет сохраняться в долгосрочной перспективе.

2. Предварительное исследование. На этом этапе происходит оценка рынка, анализ конкурентной среды и определение потенциальных потребителей. Главная цель этого этапа – определить, может ли проект быть реализован или нет.

3. Бизнес-план. Этот этап включает подробное описание бизнес-концепции, финансовую модель, маркетинговую стратегию и план действий для реализации проекта, риск-менеджмент [2].



4. Привлечение инвесторов. На этом этапе выбираются пути финансирования проекта. Это может быть собственный капитал, заёмные средства, прямые инвестиции, венчурный капитал и т.д.

5. Реализация проекта. Этот этап предполагает реализацию плана и бизнес-плана. Здесь важна не только правильная реализация и исполнение задач, но и постоянная корректировка планов на основе обстановки на рынке.

6. Мониторинг и управление. Важно регулярно отслеживать успешность реализации проекта, анализировать результаты и вносить корректировки в планы, если необходимо.

Развитие ИСП – это длительный процесс, требующий постоянного обновления и анализа. Однако правильно разработанный и реализованный проект может принести значительную прибыль в будущем. В состав ИСП обычно входят следующие разделы (табл. 1).

В современных экономических условиях строительство является одним из основных секторов экономики многих стран, который вызывает огромный интерес со стороны бизнеса, инвесторов и государства. Однако любому ИСП необходимы инвестиции, которые могут быть получены из различных источников [3]. К основным источникам финансирования ИСП отнесём:

1. Банковские кредиты. Этот вид финансирования является наиболее распространённым в мировой практике. Банки выдают кредиты на строительство под залог имущества (земельного участка, квартиры, дома или коммерческого объекта), а также под залог будущего строящегося объекта. Банковские кредиты имеют высокую процентную ставку, однако являются наиболее доступными для предприятий и частных лиц.

2. Инвесторы. Если проект обладает высокой доходностью и перспективностью для инвесторов, это может стать основой для привлечения инвестиций. Инвесторы могут быть как частными лицами, так и корпоративными инвесторами, например, пенсионными фондами, фондами недвижимости и т.д.

3. Собственные средства. Этот источник финансирования является самым надёжным, так как не требует возврата долга и позволяет предприятию сохранить полную свободу действий. Однако, для использования этого метода, необходимо иметь солидные финансовые ресурсы.

4. Государственное финансирование. В ряде стран государство может оказывать поддержку в виде субсидий, грантов и льготных кредитов на условиях и для тех проектов, которые считаются приоритетными для развития экономики.

5. Краудфандинг. Этот метод финансирования подразумевает сбор средств на строительный проект через интернет-платформы, где каждый



желающий может внести свой вклад в проект на своё усмотрение. Правда, данный метод применяется в РФ, но имеет огромный потенциал для дальнейшего развития.

Таблица 1 – Содержание основных этапов ИСП

Этапы ИСП	Содержание этапа
1. Общая характеристика проекта	Название инвестиционного проекта Средства, необходимые для реализации проекта Форма собственности и организационно-правовая форма предприятия Описание целей проекта и ожидаемых результатов
2. Анализ рынка и конкурентной среды	Описание сферы деятельности и основных характеристик проекта Анализ рынка и конкурентной среды Оценка потенциального спроса на продукцию или услуги Описание основных потребителей продукции или услуг
3. Техничко-экономический расчёт	Описание технологии производства или предоставления услуг Оценка потребности в основных и оборотных фондах Расчёт затрат на создание и запуск производства или оказание услуг Расчёт доходов от продаж или предоставления услуг Оценка экономической эффективности проекта
4. Организация производства (услуг)	Описание организационной структуры проекта Оценка персональных затрат Описание необходимых мероприятий для запуска и поддержки производства (услуг)
5. Финансовое планирование	Расчёт потребности в финансировании проекта Описание структуры капитала проекта Расчёт окупаемости инвестиций и жизненного цикла проекта Описание источников финансирования и инвесторов, заинтересованных в проекте
6. Риски и меры по их управлению	Описание возможных рисков, связанных с реализацией проекта Оценка вероятности возникновения рисков и возможных последствий Описание мер по уменьшению рисков и управлению ими
7. Заключение	Выводы о реализуемости проекта, его перспективных возможностях и потенциале для совместной работы с инвесторами Рекомендации по дальнейшим шагам в реализации проекта

Финансирование ИСП является важным сектором экономики. Эта отрасль финансирования играет ключевую роль в развитии национальной экономики, так как новые объекты инфраструктуры могут создавать новые рабочие места и привлекать инвестиции. Однако, оценка эффективности финансирования является важным элементом процесса принятия решений по инвестированию в строительный проект [3].

Оценка эффективности финансирования ИСП включает в себя множество аспектов, таких как финансовые, экономические, технические и социальные. Важность оценки эффективности финансирования заключается в том, что это помогает инвесторам принимать решения о том, как рационально использовать свои инвестиции. В настоящей статье мы рассмотрим этапы и основные методы оценки эффективности финансирования ИСП.

Первым шагом в оценке эффективности финансирования ИСП является определение стоимости проекта и необходимого объёма финансирования. Стоимость проекта включает в себя расходы на приобретение земли, возведение зданий и сооружений, закупку материалов и оборудования, строительное обслуживание, налоги и другие расходы. Необходимый объём финансирования определим, как разницу между стоимостью проекта и собственными средствами.

Вторым шагом в оценке эффективности финансирования ИСП является оценка рентабельности проекта. Рентабельность проекта – это



отношение прибыли, получаемой от реализации проекта, и объёмов финансовых вложений. Рентабельность проекта не должна быть меньше уровня доходности средств, привлекаемых для финансирования проекта. Также следует учитывать фактор времени, поскольку рентабельность проекта имеет временную составляющую, и доходность может меняться с течением времени.

Третьим шагом в оценке эффективности финансирования ИСП является оценка стоимости заёмных ресурсов. Это важно, поскольку заёмные средства представляют собой дополнительную стоимость, увеличивающую общую стоимость проекта. Стоимость заёмных ресурсов определяется в зависимости от процентной ставки, по которой заёмщиком заключается договор со займодавцем. Отметим, что эффективная ставка по кредиту должна быть ниже, чем ожидаемая годовая норма рентабельности проекта.

Четвёртым шагом в оценке эффективности финансирования ИСП является оценка уровня риска проекта. Риски могут относиться к изменению рыночных условий, валютному риску, технической несостоятельности [4].

К основным динамическим методам оценки эффективности финансирования ИСП отнесём:

NPV (или чистая приведённая стоимость) является одним из наиболее распространённых методов оценки эффективности финансирования. Это критерий определяет, насколько больше приносит прибыли в денежных единицах анализируемый проект по отношению к проекту с ожидаемой нормой доходности (ставкой дисконтирования). Если критерий NPV положителен, то проект является эффективным;

IRR (или внутренняя норма доходности) определяет процентную ставку, которую инвестор ожидает получить от проекта, если реализуются прогнозные денежные потоки. Если IRR больше ставки дисконтирования, то проект является эффективным.

Неопределённость исходной информации ИСП отражается на показателях эффективности проекта. Применение метода имитационного моделирования на четвёртом шаге позволяет закладывать факторы в модель оценки эффективности инвестиций с учётом разброса, а сценарии формировать автоматически. При формировании сценариев выпадение факторов проводится в заданных диапазонах согласно заданной функции распределения (подробно см. [4]). Тогда на выходе при имитационном моделировании мы получаем возможное распределение результата оценки ИСП (рис. 1).



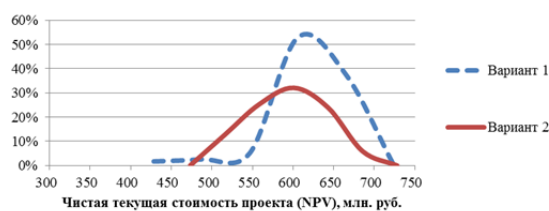


Рисунок 1 – Распределение NPV вариантов развития земельного участка

На рис. 1 результат распределения NPV варианта 1 смещён вправо и имеет меньшей разброс, следовательно, для инвестора предпочтительнее реализовать вариант 1.

Оценка эффективности финансирования является важным аспектом для принятия решения при выборе ИСП. Различные методы оценки эффективности помогают инвесторам принимать решения о том, как использовать свои инвестиции более рационально. При оценке важно учитывать влияние неопределённости, метод имитационного моделирования позволяет учесть разброс в исходных данных и получить распределение результата.

#### Список использованных источников:

1. 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.

2. Крутикова, С. А. Риск-менеджмент проектов развития объектов недвижимости / С. А. Крутикова, А. С. Михайлина, С. В. Пупенцова // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2022. – № 3(35). – С. 52-64. – EDN CQGDQA.

3. Благих, И. А. Проектное финансирование в инвестиционной сфере / И. А. Благих, А. А. Аркадьев // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2(42). – С. 197-202. – EDN PDIETF.

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

© Будян В.П., Пупенцова С.В., 2023



УДК 334.02

## ЗНАЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ИМИДЖА СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО БИЗНЕСА

Бузькевич А.О.

Научный руководитель Мореева Е.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

В современном обществе потребления для выбора окончательного продавца принято оценивать не только произведённые товары или услуги, но и уровень социального имиджа. Если организация отличается ответственным поведением по отношению к своим клиентам, сотрудникам, партнёрам, то она имеет больше шансов вызвать симпатию у потенциальных покупателей. Важно сказать, что под термином «ответственное поведение» также понимается и предоставление достоверной информации потребителю о своей работе и производимых продуктах. Именно исходя из этого факта, можно утверждать, что рекламная кампания имеет важное значение для социально ответственного бизнеса с точки зрения имиджа.

Феномен ведения бизнеса с элементом поддержки пришёл в Россию под действием глобализации и расширения международного сотрудничества. На сегодняшний день социальная ответственность стала одной из ключевых особенностей ведения бизнеса, тем более если компания стремится выйти на иностранный рынок. Именно зарубежные партнёры стали толчком для развития подобного бизнеса в нашей стране, вовлечения в социальную сферу. Заметнее всего на это отреагировал сырьевой сегмент отечественных предприятий, так как он обладает достаточным денежным капиталом для решения подобных проблем.

Чем социально ответственный бизнес помогает экономике? Во-первых, выступая одним из её компонентов, подобный вид бизнеса направлен на удовлетворение как социальных, так и экономических нужд потребителей. Во-вторых, он действует на повышение общего благополучия и уровня жизни отдельного потребителя и общества в целом, тем самым увеличивая шансы на совершение покупок. Социально ответственный бизнес активно поощряется государством с помощью различных мер поддержки, что позволяет констатировать их существенное развитие за последние годы.

Проведённые исследования показывают, что правильный, осознанный социально ответственный бизнес эффективно помогает в





решении насущных проблем социума и ставится важным составляющим построения нематериальных активов организации, тем самым упрочняя своё положение среди конкурентов.

В нынешних экономических условиях рынок берёт на себя не только выполнение основных задач, например, регулирование, информирование, посредничество, стимулирование и т.д., но и дополнительных, которые появились в качестве ответа на современные вызовы. Улучшение социального показателя – одна из них. Она включает в себя такие процессы, как ограничение рыночного обмена, усиление роли социального фактора в рыночных отношениях и экономике в целом.

Социально ответственный бизнес немислим без рекламы и связей с общественностью. По мнению профессора Панасюка А.Ю., реклама выполняет функции по демонстрации, стимулированию и адаптации имиджа, поэтому рекламную кампанию нужно не только поддерживать, но и совершенствовать. Именно с помощью неё организация может заявить обществу потребления о своей миссии, о выполненных показателях социального благополучия, о полученных результатах в ходе осуществления задач по повышению уровня жизни. Рекламная кампания, выступая механизмом информирования, создаёт и развивает положительный имидж бизнеса, повышает уровень доверия со стороны клиентов, помогает успешно выделиться среди других игроков рынка, тем самым увеличивая прибыль и коэффициент конкурентоспособности. Кроме того, социальная реклама отождествляется ещё с несколькими важными функциями:

демонстрация взаимосвязи бизнеса и общественных нужд, создание своеобразного диалога между социально ответственным продавцом и обществом потребления;

выполнение маркетинговой функции с точки зрения PR.

Рекламная кампания необходима и потребителям. Благодаря ей происходит не только распространение важной информации, но и напоминание о существующих социальных проблемах. Социальная реклама в бизнесе – это шаг в сторону улучшения и формирования новой модели потребительского поведения. Однако стоит отметить, что социальная ответственность заключается и в достоверности преподносимой информации. С точки зрения имиджа реклама выступает важным элементом в информационно-коммуникационном механизме, основа которого базируется на распространении важной, правдивой информации большому кругу лиц для создания, развития и поддержания потребительского интереса. Ярким примером выступает шведская компания «ИКЕА», которая славится своим ответственным отношением к обществу и природе: пожертвования на благотворительные цели, создание достойных условий труда и оплаты, помощь в сокращении мусора и



неоправданного использования электроэнергии. В нашей стране примером социально ответственного бизнеса является нефтегазовая компания «Роснефть». Выполняя социально важные проекты (например, комплексная жилищная программа для сотрудников, система охраны здоровья, пенсионная программа, социальная поддержка ветеранов), она предоставляет достоверную информацию с помощью собственного сайта и онлайн-медиа, тем самым настраивая диалог со своей потребительской аудиторией.

Усиление роли рекламной кампании с точки зрения имиджа стало возможным благодаря увеличению внимания на деятельность социально ответственного бизнеса. Так, например, по открытым данным российской компании «Corporate» в 2010 году публикация отчётной документации подобных организаций выросла в 4 раза по сравнению с 2000 годом. Помимо этого, исследования американской компании «Global CSR RepTrak» показывают, что более 90% целевой аудитории отдают предпочтение той компании, у которой наблюдается более высокий коэффициент социальной ответственности, чем у конкурента.

Таким образом, рекламная кампания выступает действенным инструментом для построения и поддержания имиджа социально ответственного бизнеса. Она не только положительно влияет на насущные экономические задачи, но и помогает в решении важных социальных проблем.

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

1. Бузькевич, А. О. Развитие социальной ответственности бизнеса на практике в современных условиях / А. О. Бузькевич // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2022) : сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 25 мая 2022 года. Том Часть 1. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2022. – С. 132-135.

2. Долгина, Е. С. Роль рекламы в формировании имиджа компании на примере ООО ЧОО «Периметр» г. Нижневартовска / Е. С. Долгина, М. Ю. Ильина. – Текст : непосредственный // Экономическая наука и практика : материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2016 г.). – Чита : Издательство Молодой ученый, 2016. – С. 43-46. – URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/173/10127/> (дата обращения: 12.04.2023).

3. Морозова, И. А., Гущина, Е. Г., Витальева, Е. М., Трошин, А. В. Роль и место концепта рекламы в формировании имиджа социально ответственного бизнеса в России / И. А. Морозова, Е. Г. Гущина, Е. М.



Витальева, А. В. Трошин // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - 2013. - N 22. - С. 24-31.

4. VC.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://vc.ru/> (дата обращения: 12.04.2023 г.).

© Бузькевич А.О., 2023

УДК 005.57

## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

Буравихина К.К.

Научный руководитель Усачева А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Цифровые технологии в современном мире – это не только инструмент, но и среда существования, которая открывает новые возможности. Благодаря цифровизации можно оптимизировать рутинные задачи с наименьшими затратами и ресурсами. В нынешних реалиях довольно трудно представить организацию, которая бы не использовала достижения современного технологического прогресса.

Как правило, в проектах используются современные бизнес-технологии, которые являются совокупностью определенных методов, специально разработанных приемов, которые включают в себя использование инноваций, технологических решений, способствующих дальнейшему развитию определенного проекта. Использование современных бизнес-технологий в мире позволяет существенно расширить возможности коммерческих проектов, а также создать для них благоприятную почву для открытия новых перспектив.

Основные задачи современных бизнес-технологий – это осуществление поиска, сортировка информации, упорядочивание и хранение данных. Основным преимуществом, которым обладают современные компьютерные технологии – это возможность получения максимально большого объема всей необходимой информации, которая необходима в процессе обучения или реализации определенного бизнес-проекта. Распространение современных компьютерных технологий оказывает большое влияние на процесс развития рынка труда. Благодаря созданию этих технологий появилось возможность существенно ускорить работу в практически любой организации и наладить коммуникацию между людьми, даже если они находятся друг от друга на большом расстоянии [1].



Использование определенных современных технологий в управлении персоналом проекта, прежде всего, зависит от характера внутренней структуры; наличия внешних факторов.

Современное проектное управление предполагает неизбежное использование информационных технологий, которые призваны обеспечить реализацию следующих функций: осуществление работы в условиях многопроектной среды; разработка календарей и сетевых графиков выполнения работ; оптимизация распределения и учета ресурсов, характеризующихся ограниченностью; анализ категории «что-если»; аккумулярование и учет сведений о ресурсах, сроках и затратах при реализации проектного управления; автоматизированная генерация отчетов; контроль и планирование договорных обязательств; организация централизованного хранения информации по завершенным или реализуемым проектам и прочее.

Информационные технологии в сфере проектного управления могут существовать в различных формах, к числу которых относятся следующие [2]:

1. Сеть Интернет, представляющая собой технологию, обеспечивающую сближение предприятий и реализуемых проектов. За счет возможности сети Интернет обеспечивается доступность информации по проектам, без необходимости осуществления значительных затрат средств на ее распространение. Создание сайтов проектов посредством сети интернета обеспечивает оптимальное и единственно возможное на сегодняшний день максимально информирование участников о состоянии проекта при условии нахождения этих участников в различных точках земного шара, особенно актуальность этой сети возрастает в условиях пандемии.

2. Веб-сайты, размещаемые на серверах провайдеров, обеспечивающих доступность сведений о проекте удаленным пользователям в разных точках мира. Структура веб-сайта проекта может включать в себя календарно-сетевые графики исполнения работ, отчетность, протоколы групповых мероприятий, а также иные документы, характеризующие ход реализации проекта.

3. Локальная сеть, построенная по принципу Интернета. Использование данной формы обеспечивает доступность сведений о проекте ограниченному кругу лиц, выступающих либо работниками отдельной организации, либо участниками специально созданной группы.

4. Видеоконференции, трансляция которых обеспечивает передачу видео и аудио информации в рамках локальных сетей или сети Интернет. Так же в современном мире получили распространение голосовые конференции, реализуемые посредством компьютерной телефонии.



5. Интегрированные информационные системы, обеспечивающие поддержку принятия решений. Эти системы позволяют рассчитывать альтернативы принимаемых решений и выбирать оптимальную из них для реализации.

6. Системы поддержки принятия решений, представляющие собой комплекс программных средств, моделей имитационного, статистического и аналитического характера, обеспечивающих визуализацию работы процессов в рамках реализуемых проектов.

На российском рынке существуют различные информационные системы, которые применяются для осуществления проектного управления.

В сфере управления проектами наибольшее распространение получил продукт, именуемый Microsoft Project, производителем которого выступает Microsoft Corporation. Эта информационная система претендует на мировое лидерство в сфере управления проектами. Она отличается простотой, понятным интерфейсом, схожим с продуктами Microsoft Office. При этом разработчики не акцентировали внимание на внедрение в нее сложных алгоритмов ресурсного планирования и календарно-сетевое планирование. За счет использования Microsoft Project обеспечивается обмен информацией по проекту между его участниками. Программа также предоставляет возможность планирования работ, отслеживание их исполнения, анализа информации в разрезе отдельных проектов или их портфелей [2]. В основе этого продукта находится реализация следующих функций: многопроектное планирование, хранение информационных данных по нескольким проектам в рамках единой базы данных, применение мощных алгоритмов работы с ресурсами, календарное планирование.

Информационные технологии в сфере проектного управления – это комплекс процессов и средств, направленных на сбор, передачу, переработку, хранение и доведение до участников проектов определенных сведений, направленный на поддержку и повышение эффективности процессов управления проектом.

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

1. Могильчак, Е. Л. Методика социологического исследования. Выборочный метод: учебное пособие для вузов / Е. Л. Могильчак. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 117 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/453270>

2. Горшков, М. К. Прикладная социология + практикум в ЭБС: учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 334 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/451003>

© Буравихина К.К., 2023



УДК 658.6

## БИЗНЕС ПО ПРЯМОЙ ПОСТАВКЕ ИЛИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ДРОПШИПИНГ

Вахрушева П.А., Ордынец А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Дропшипинг – прямая поставка товара покупателю, т.е. торговля без закупки товара. Онлайн-магазин занимается только реализацией товаров, т.е. размещает у себя на витрине и продает. А поставщики хранят товары у себя на складе, занимаются сборкой заказа, упаковкой и доставкой. После продажи и доставки товара производятся взаиморасчеты. Прибыль интернет-магазина складывается из разницы между розничной ценой на сайте и стоимостью товара, установленной контрагентом. В зависимости от схемы работы интернет-магазин либо работает за комиссию, либо принимает оплату по своим розничным ценам, а потом перечисляет себестоимость товара поставщику. Поставщиков, работающих по такой модели, называют дропшипинг-поставщиками или дропшипперами. Обычно это крупные импортеры, производители, торговые представители или дилеры.

Большое преимущество, что не нужно выкупать товар, прежде чем его продать, а, следовательно, не нужно больших вложений средств. Но в маркетинг вложиться все равно придется. Хороший сайт с правильной подачей и настройками потребует времени и умений. Но, самое главное, нужно угадать с товаром, целевой аудиторией и уметь отличаться от других продавцов. Умение привлекать новых покупателей это основное в дропшипинге. Это и распространение информации о товаре, присутствие на различных платформах, таких как [Pinterest](#), [Facebook](#), [Twitter](#), [Telegram](#).

Доход от такого бизнеса будет заметен, если вкладываться в развитие онлайн-магазина. В настоящее время 33% индустрии электронной коммерции используют модель дропшипинг. Такая бизнес-модель очень заманчива, поскольку исключает необходимость владения офисным помещением, складом. Нужен только ноутбук с подключением к Интернету. Большим преимуществом опять же является то, что не нужно предварительно покупать товары, которые вы будете продавать, поэтому можно предлагать потенциальным покупателям множество разнообразных продуктов [1].

Перейдем к рассмотрению задачи использования данной бизнес-модели. Одной из основных задач дропшипперов является цифровой маркетинг. Покупка и продажа любых товаров связана с Интернетом.



Недостаточно создать магазин электронной коммерции, нужно дойти до целевой аудитории, чтобы ваши товары захотели купить, придется креативить, публиковать интересные комментарии в чужих аккаунтах, чтобы привлечь к себе внимание (релевантный комментинг). Нужно красиво преподнести цели и ценности [1].

Учитывая, что при дропшипинге доставку осуществляет поставщик, необходимо отобразить политику доставки на веб-сайте магазина, чтобы четко определить ожидания клиентов [2].

Электронная торговля связывает абсолютно все площадки и сервисы, осуществляющие онлайн-оплату. В 2021 году число людей, оформляющих заказы в интернете по всему миру, выросло до 2,14 млрд. человек. В 2019 году их было 2,05 млрд., а в 2018 г. – 1,79 млрд. Электронная коммерция в 2021 году помогла осуществить более 18% от всех розничных продаж в мире, а в 2023 г. – 22%. В 2022 году продажи в интернете принесли \$5,5 трлн. Все это происходит из-за нескольких факторов: бесплатная доставка (53%), акции и скидки (41%), возможность прочитать отзывы (35%), простота возврата (33%) и скорость оформления заказа (30%). 33,6% онлайн-покупателей перед покупкой сравнивают цены на товары в онлайн-приложении и обычном магазине, 81% подробно изучают информацию в Сети перед крупными покупками [3].

Так как же начать влиться в эту среду и открыть свой бизнес в форме дропшипинга. В первую очередь, необходимо выбрать товары, актуальные на сегодняшний день, которые точно будут покупать. Далее изучить цены на продукцию, прикинуть, сколько можно заработать, используя специальные формулы и системы расчетов. Например, по версии Fit Small Business можно спрогнозировать прибыль с дропшипинга, используя следующую формулу:

$(\text{Трафик} \times 0,2) \times (\text{средний чек заказа} \times 0,20) = \text{Расчетная прибыль}$

В этой формуле 0,2 означает средний показатель маржинальности продукции, 0,02 – средняя конверсия сайта.

Когда вы выбрали товар, с которым планируете выходить на рынок, изучили цены и спрогнозировали прибыль, необходимо, конечно же, изучить конкурентов, как они позиционируют свой товар. Затем сформулировать критерии работы с будущим партнером: какая маржа приемлема для бизнеса, какой регион доставки вам интересен, какие условия для возврата заказа вас устроят [4].

Следующим шагом вам нужно найти поставщика: связаться напрямую, при этом уточнив, занимается ли он продажей товара по интересующей нас системе, или поискать на сайтах-дроппипперах. Крайне важно понимать, что выбор поставщиков зависит от условий, которые они предлагают интернет-магазинам. Перед заключением договора стоит обратить внимание на реализацию оплаты заказов, на каналы обратной



связи, информацию о способах доставки, ваш поставщик производитель или дистрибьютор, и на другие тонкости. При этом нужно уметь сглаживать сложности, которые наверняка будут появляться в работе с поставщиками, желательно сделать это еще до подписания договора, так что же делать? Во-первых, нужно обсудить любые пути решения возникающих проблем, а также порядок взаимодействия. Во-вторых, обозначить время, в течение которого ваш партнер обязан реагировать на запрос на сайте, а потребитель, соответственно, сможет получить ответ на вопрос или обратную связь по заказу. Можно перестраховаться и заранее подыскать «поставщика-заменителя», который в случае возникновения проблемы будет готов взяться за заказ и осуществить его (дабы наш интернет-магазин не был зависим от одного партнера).

Итак, договор подписан, все тонкости и договоренности учтены, можем приступить к созданию сайта нашего интернет-магазина. Что делать? Запускать рекламу по различным каналам продвижения, чтобы привлечь максимальное число клиентов в рамках существующего маркетингового бюджета. Важно оперативно передавать поставщику заказы, отслеживать статусы доставки, а также анализировать отзывы клиентов и стараться оптимизировать процессы. Для продвижения можно использовать площадку Pinterest (Пинтерест), которая достаточно быстро может дать заказы без вложений. Она подходит блогам и брендам, чей продукт или услугу можно представить визуально – бьюти-сфера, мода, еда, дизайн и декор, путешествия. Лента Pinterest представляет собой множество пинов, созданных разными пользователями и объединенных ключевыми словами и темой. Это позволяет любым пользователям видеть ваш контент по искомым параметрам. Ваши пины можно будет найти не только здесь: если в Google или «Яндексе» пользователь ищет фото по какому-либо запросу, картинки из Pinterest тоже туда входят. Если мы возьмем Twitter, то период жизни поста – до восьми часов, в Facebook – около суток. После этого публикация уже уходит из «верха» ленты, и шансов ее увидеть – мало.

Популярным примером дропшипинга является AliExpress, где производители и поставщики продают розничные товары разных категорий, используя сайт как витрину [5].

Еще хорошим примером платформы, удобной для дропшипинга является Wildberries, там можно встретить разные варианты – какие-то товары доставляет WB, а какие-то – непосредственно производитель.

Мы рассмотрели в упрощенном варианте, как можно запустить бизнес по системе прямых продаж, теперь важно отметить преимущества дропшипинга. Во-первых, для работы достаточно компьютера с интернетом и/или телефона; начать бизнес можно с минимальными вложениями - вложиться нужно только в создание и развитие сайта и в





маркетинг. Во-вторых, не нужно закупать товар и организовывать доставку, нет необходимости тратить время и деньги на аренду склада и офиса, соответственно, больше времени остается на поиск и привлечение покупателей. В-третьих, реально осуществлять продажи широкого ассортимента товаров от разных производителей на одном сайте, переключение только на самые ходовые товары. Существует возможность реальной оценки спроса на товары. Это значит, что всегда можно перейти на модель без дропшипинга, где получится зарабатывать больше, например, если захочется открыть собственное производство. Ведущее преимущество – вам не требуется быть экспертом в логистике и доставке, нужно лишь сконцентрироваться на продвижении товаров, а упаковку и доставку продукции можно вести от имени интернет-магазина, чтобы развивать бренд компании (при договорённости с производителем). Еще одно достаточно облегчающее жизнь преимущество таких продаж – не надо заниматься маркировкой товаров [6].

Однако при всем обилии плюсов, дропшипинг не является пока идеальной формой продажи и можно обозначить его недостатки. Первый недостаток: если товар закончился или качество продукции не устроило клиента, претензии будут предъявляться интернет-магазину. Сложно влиять на действия поставщика и контролировать наличие товаров на складе, только если договориться о наличии доступа к складским остаткам. Но будет нужен дополнительный электронный документооборот и с функцией синхронизации остатков. Второй недостаток: за ошибки поставщиков, такие как задержка доставки, некачественный товар, отвечает интернет-магазин, а это может нанести ущерб репутации бизнеса. Процесс сборки заказа и доставки не контролируется интернет-магазином, покупатель будет винить того, у кого заказал товар. Третий недостаток: низкая рентабельность интернет-магазина. Расходы на рекламу, обслуживание сайта, управление заказами, оплату рабочего времени не сразу и не всегда окупаются, ведь предприниматель может рассчитывать максимум на 20% от цены поставщика. Также поставщик может сотрудничать сразу с несколькими интернет-магазинами, а также продавать товары через собственную сеть сбыта. Высокая конкуренция за покупателя мешает завоевать доверие потенциальных клиентов. Еще один минус – это то, что наработанная база клиентов может перейти к поставщику, если он решит обойтись без посредника и работать напрямую с клиентом, однако это требует дополнительных затрат и времени. Если результат работы с дропшиппером поставщика устраивает, он продолжит сотрудничество. Дропшиппер несёт обязательства по доставке перед клиентом. Если покупатель сделал заказ у разных поставщиков, тогда он получит товары разными доставками в разное время, а это неудобно и часто дороже: фактически покупателю нужно оплатить две и так далее



доставки. И заключительный, на наш взгляд, недостаток дропшиппинга – трудности с обработкой возвратов. Все претензии покупатель будет предъявлять интернет-магазину, поэтому алгоритм решения спорных ситуаций лучше определить еще на этапе заключения договора с поставщиком.

Из-за роста популярности маркетплейсов поставщики не видят смысла в посредниках и работают с маркетплейсами напрямую. Интернет-магазины не выдерживают натиска гигантов вроде Ozon и Wildberries.

Дропшиппинг часто кажется для поставщиков лишним звеном в цепочке продаж. Однако эффективная организация поставок в дропшиппинге тянет за собой необходимость совершенствования производственного процесса. На первое место выходит скорость выполнения заказов. Чем выше скорость выполнения заказов, тем короче производственный цикл, тем более конкурентоспособен производитель. Дропшиппинг можно отлично использовать в Pinterest или Telegram. Чтобы попробовать себя в бизнесе дропшиппинг остается очень привлекательным в бьюте-сфере или в сфере моды. Учитывая, сколько ширпотреба на Wildberries, как часто заявленный товар не соответствует доставленному, у дропшиппинга есть все шансы оставаться востребованным методом ведения бизнеса. Главное найти подход к покупателю, быть честным и не бояться быть не таким, как все [7].

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

1. Источник: URL <https://www.bloggersideas.com/ru/guide-to-dropshipping/>. Дата обращения: 05.05.2023
2. Источник: URL <https://aliexpress.inform.click/chto-takoe-dropshipping-dropshipping-aliexpress-objasnil>. Дата обращения: 05.05.2023
3. Источник: URL <https://trends.rbc.ru/trends/industry>. Дата обращения: 05.05.2023
4. Источник: URL <https://www.unisender.com/ru/glossary/dropshipping>. Дата обращения: 05.05.2023
5. Источник: URL <https://www.lobanovlogist.ru/library/358/64269>. Дата обращения: 05.05.2023
6. Источник: URL <https://rb.ru/opinion/all-boutinterest>. Дата обращения: 05.05.2023
7. Источник: URL <https://trends.rbc.ru/trends/industry>. Дата обращения: 05.05.2023

© Вахрушева П.А., Ордынец А.А., 2023





УДК 330.1

## ПРОБЛЕМЫ И ОГРАНИЧЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ BLOCKCHAIN В ЭКОНОМИКЕ

Ветлужских В.Д., Семенова И.А.

*Ижевский филиал автономной некоммерческой образовательной организации  
высшего образования Центросоюза Российской Федерации  
«Российский университет кооперации», Ижевск*

Проблемы масштабирования технологии блокчейн являются одним из главных вызовов, с которыми сталкивается индустрия, стремящаяся к широкому применению этой технологии. Для того, чтобы система могла быть использован в различных сферах, необходимо разработать и применить эффективные методы масштабирования [4].

Одной из основных проблем данного процесса является необходимость хранения больших объемов данных. Каждый блок в блокчейн сети содержит множество транзакций, и с увеличением числа пользователей и объема транзакций, размер блокчейн сети также увеличивается. Это приводит к необходимости увеличения объема памяти и вычислительной мощности для хранения и обработки данных.

Одним из способов решения этих проблем является использование технологий, таких как Lightning Network, которые позволяют увеличить пропускную способность сети и обеспечить более быстрое и эффективное выполнение транзакций. Также существуют различные методы оптимизации блокчейн, например, сжатие данных и использование более эффективных алгоритмов хэширования [1].

Несмотря на проблемы масштабирования, технология блокчейн продолжает активно развиваться и находить новые области применения. Например, ряд крупных компаний уже начали использовать блокчейн для создания собственных децентрализованных систем управления, что может стать одним из прорывов в развитии технологии [11].

Помимо проблем масштабирования технологии blockchain, существуют и другие проблемы, связанные с ее применением. Например, одной из главных проблем является отсутствие единых стандартов и регулирующих норм в отношении технологии. Это может привести к тому, что различные блокчейн-системы будут работать несовместимо друг с другом, что ограничит возможности их использования [8].

Кроме того, на сегодняшний день технология blockchain не обладает достаточной производительностью и скоростью работы. Например, существуют проблемы с обработкой больших объемов данных, что может затруднять применение систем в некоторых отраслях, например, в финансовой сфере. Так же существуют проблемы с безопасностью. Несмотря на то, что blockchain считается одной из самых безопасных



технологий, в ней есть уязвимости, которые могут быть использованы злоумышленниками. Например, возможность атаки 51%, когда большая группа майнеров может контролировать более 50% вычислительной мощности сети.

Однако, несмотря на эти проблемы, blockchain-технологии имеют огромный потенциал для современной экономики. Различные инновационные проекты и исследования в этой области продолжаются, и, возможно, в будущем будут найдены решения для этих проблем [2].

Правовые аспекты использования криптовалют и смарт-контрактов – одна из самых важных тем, которые нужно учитывать при рассмотрении применения blockchain-технологий в экономике. С одной стороны, использование вышеперечисленных может привести к значительному улучшению эффективности бизнес-процессов и повышению доверия между участниками экономических отношений. С другой стороны, оно может столкнуться с различными правовыми проблемами, такими как отсутствие регулирования, неопределенность правового статуса криптовалют и проблемы безопасности.

Одной из главных проблем, связанных с криптовалютами, является отсутствие их официального статуса в большинстве стран мира. Это делает их использование в некоторых отраслях экономики, таких как банковское дело, невозможным, или же может привести к возникновению правовых рисков. В некоторых странах криптовалюты считаются полностью незаконными, а в других они регулируются специальными законами, которые ограничивают их использование.

С другой стороны, смарт-контракты, созданные на основе blockchain-технологий, могут значительно упростить бизнес-процессы и повысить их эффективность. Они являются децентрализованными и автономными, что позволяет автоматизировать многие процессы, уменьшить издержки и снизить риски. Однако, наряду с этим, смарт-контракты могут столкнуться с проблемами правового регулирования, так как они могут быть созданы и использованы без участия государственных органов.

Несмотря на эти проблемы, в последние годы во многих странах появились законодательные и регуляторные инициативы, направленные на урегулирование использования криптовалют и смарт-контрактов, например, в Штатах, Японии, Швейцарии и некоторых других [6].

Тем не менее, в некоторых странах правовое положение в отношении криптовалют и смарт-контрактов остается неопределенным. В таких случаях, компании и предприниматели должны быть особенно внимательны при работе с криптовалютами и смарт-контрактами, чтобы избежать нарушений закона. Также стоит отметить, что блокчейн-технологии могут изменить не только правовые аспекты, но и саму сущность экономических отношений. Некоторые эксперты считают, что



блокчейн может привести к уменьшению роли государственных институтов и усилению влияния децентрализованных систем на экономику. Это может привести к появлению новых моделей бизнеса и перераспределению власти в экономике [8].

В целом можно отметить, что блокчейн-технологии имеют огромный потенциал для трансформации экономики и общества в целом. Криптовалюты, смарт-контракты и децентрализованные системы могут изменить правовые аспекты экономических отношений, улучшить безопасность и эффективность бизнес-процессов, а также привести к созданию новых моделей бизнеса и перераспределению власти в экономике. Однако, внедрение блокчейн-технологий также требует внимания к ряду проблем, таких как масштабирование и правовые аспекты использования технологий [9].

Одним из наиболее острых вопросов, связанных с криптовалютами, является их влияние на экологию. Этот вопрос становится все более актуальным, поскольку количество майнеров и общий объем потребляемой ими энергии продолжает расти. Как известно, майнинг криптовалют требует огромных вычислительных мощностей, которые обеспечиваются с помощью специальных устройств – майнеров. Однако эти устройства потребляют огромное количество электроэнергии, что в свою очередь ведет к выделению значительных объемов углекислого газа в атмосферу. Согласно исследованию, опубликованному в журнале Nature Communications, общий объем энергии, потребляемой всеми майнерами Bitcoin, составляет около 46 ТВт·ч в год. Это примерно равно энергопотреблению всей Ирландии за год или 20 миллионов баррелей нефти. Кроме того, в среднем каждый транзакционный блок Bitcoin генерирует более 270 кг CO<sub>2</sub> [10].

Однако не все криптовалюты так же интенсивно потребляют энергию. Некоторые проекты, такие как Ethereum, переходят на более энергоэффективные алгоритмы майнинга, что помогает снизить нагрузку на экологию. Таким образом, экологические последствия майнинга криптовалют являются серьезной проблемой, которую необходимо решить в ближайшее время. Однако существуют различные подходы к решению этой проблемы, и некоторые криптовалютные проекты уже работают над уменьшением своего негативного воздействия на окружающую среду [5].

Несмотря на все свои преимущества, этот технологический инструмент не является универсальным решением для всех видов бизнеса. Для многих отраслей и задач могут быть найдены более оптимальные и эффективные решения. Однако, при правильном подходе и интеграции, блокчейн может быть полезным инструментом для снижения издержек, улучшения безопасности и повышения прозрачности бизнес-процессов. Поэтому, принятие решения об использовании блокчейна в бизнесе



должно быть основано на тщательном анализе и обдумывании всех возможных рисков и преимуществ.

**Список использованных источников:**

1. Andreas Antonopoulos .МастерингБиткойн, 2014.
2. Andreas M. Antonopoulos. Интернет денег. Биткойн и блокчейн. – 2014.
3. DanielDrezer. Blockchain Basics: A Non-Technical Introduction in 25 Steps. 2017.
4. Mougay, W. The Business Blockchain: Promise, Practice, and Application of the Next Internet Technology, 2017.
5. Tapscott, D. and Tapscott.A. Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin Is Changing Money, Business, and the World, 2018.
6. Swan, M. Blockchain: Blueprint for a New Economy. O'Reilly Media, Inc., 2015
7. Bernisky, Chris.Guide to Bitcoin and Beyond, 2017.
8. Swan, M. Blockchain: Blueprint for a New Economy, 2015.
9. Gallibi, A. The Basics of Bitcoins and Blockchains, 2018.
10. Narayan, A. Bitcoin and Cryptocurrency Technologies: A Comprehensive Introduction, 2016.
11. Tina Baxter-Lady and John Levine. Blockchain for Dummies, 2017.

© Ветлужских В.Д., Семенова И.А., 2023

**УДК 338.48**

**СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ БРЕНДИНГА ГОРОДОВ  
В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ СТРАНЫ**

Виноградова Е.С., Шальмиева Д.Б.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

В рамках «XXV Международного Петербургского экономического форума» 17 июня 2022 года Президент РФ Владимир Владимирович Путин предложил нарастить финансирование проектов по созданию комфортной городской среды в малых городах и исторических поселениях на 20 миллиардов рублей. «Отдельно предлагаю нарастить объем ресурсов на проекты по созданию комфортной городской среды в малых городах и исторических поселениях. У нас хорошо эта программа работает, предлагаю направить на эти цели еще по 10 миллиардов рублей ежегодно в 2023 и 2024 годах», – сказал Путин на пленарной сессии форума [1].



Президент объявил, что дополнительные средства выделят на обновление городов Дальнего Востока. «Прошу правительство в рамках программ инфраструктурных бюджетных кредитов для организаций ЖКХ, а также других программ развития предусмотреть на эти цели специальные лимиты», – добавил он.

Годом ранее В.В. Путин в ходе ежегодной пресс-конференции, проводившейся 23 декабря 2021 года, говоря про городскую среду, указал, что развитие малых городов является одним из драйверов роста [2].

По словам президента, в РФ малые и большие города развиваются энергично. Однако, власти должны уделить внимание развитию именно малых городов. «Мы предпринимаем усилия, связанные с развитием инфраструктуры, прежде всего связанности территорий и по железным дорогам, и по автомобильным, и по авиационному транспорту, и по морскому, по речному. Вот я уже об этом говорил, это один из драйверов роста», – отметил Путин.

Президент объявил, что одной из задач является увеличение мобильности населения. В связи с этим глава государства напомнил, что развитие городов дает возможность гражданам чувствовать себя в благоприятной среде доступности от места работы до места жительства.

Реализация поставленных задач возможна с применением процесса брендинга городов. Бренд города – это совокупность ассоциаций, возникающих у людей при упоминании наименования города. Его составляющие формируются из инфраструктуры, туристических мест, оздоровительных организаций, промышленности, культурных мероприятий, национальных традиций жителей и множества иных параметров.

Брендинг города не должен восприниматься просто как брендинг или маркетинг, это искусство создания образа города в сознании людей таким образом, чтобы он привлекал их. Уникальный характер города – то, что отличает его от остального мира. Например, бренд города Тулы – самовары и пряники, бренд Оренбурга – пуховые платки, а Лондон считается мегаполисом, в котором можно найти всё, что человек пожелает, а в сознании россиян «is the capital of Great. Britain», всеми заученная фраза еще со времен обучения в школе. Города конкурируют друг с другом за устойчивое развитие и обеспечение условий жизни своих жителей. В связи с этим они обращаются к брендингу ради привлечения инвестиций, а люди получают удовольствие от результатов этого сотрудничества.

Существуют четыре причины, способствующие брендингованию города:

1. Усиление конкуренции между городами. Города вынуждены приспособиваться к постоянно изменяющейся окружающей среде и конкурировать между собой.



2. Урбанизация (от лат. Urbanus – городской) – процесс повышения роли городов, городской культуры и «городских отношений» в развитии общества, увеличения численности городского населения по сравнению с сельским и «трансляции» сформировавшихся в городах культурных особенностей за пределы городов. Сильный бренд поможет справиться с предполагаемым экономическим спадом в городе и станет мощным щитом для негативной рекламы.

3. Развитие туризма. С целью сохранения конкурентных преимуществ страны стали уделять внимание факторам, которые делают город более привлекательным местом для туриста.

4. Глобализация и реклама. Города заинтересованы в реализации международных мероприятий и освещении международных событий. Именно благодаря этому могут быть получены различные виды финансирования.

Формируя бренд территории, можно решить несколько задач: создать и улучшить имидж объекта, привлечь туристов и инвесторов, «удержать» коренное население. Обычно брендинг территории представляет собой одну или несколько оригинальных концепций. Их количество зависит от объема и сложности задач, стоящих перед разработчиками. Аудитория, на которую направлена работа, – это туристы, местные жители или инвесторы. Заказчиками концепций, как правило, выступают городские власти или меценаты [2]

На территории России становится популярным брендинг по регионам. Например, Сибирский регион запустил свой логотип и бренд одежды «I from Siberia». В качестве инфлюенсеров выбирается молодежь, блогеры с небольшой аудиторией до 10-15 тысяч подписчиков. Задача состоит в том, чтобы выставлять фотографии разнообразных достопримечательностей региона, тем самым, привлекать молодежную аудиторию и распространять бренд в массы, продвигая природу Сибири, а также демонстрировать принадлежность к региону. Одежда представляется в спортивном стиле и демонстрирует стиль и моду. С целью стимулирования к покупке, каждого, кто выставит фото в этом бренде с отметкой «I from Siberia», выставляют в социальных сетях с многочисленной аудиторией, что способствует развитию личного бренда каждого.

Однако не всегда подобный способ может повлиять на конкретную территорию. Можно вложить большое количество денег, средств достижения, но узнаваемость и аутентичность именно с данной территорией не происходит. Многое зависит от внутреннего маркетинга, жители той или иной территории всех возрастов должны обожать свой город и регион, чтобы турист ощущал вовлеченность каждого из них. Если жители самого региона не будут заинтересованы в развитии, испытывать





гордость и восторгаться особенностью своей территории, то продать посторонним людям и убедить их в уникальности будет проблематично. Города имеют гербы и гимны. Каждый подчеркивает свою уникальность и подчеркивает свои достоинства.

Брендинг территории проводится в пять этапов, включающие в себя: аудит города и выявления сильных и слабых сторон территории; определение идентичности посредством дискуссий в обществе; изучение конкуренции и поиск позиционирования; разработка стратегии, определение целей и задач; формирование визуального образа города.

В результате создается уникальный бренд города или страны, включающий в себя фирменный стиль и слоган. Это усиливает его идентичность и способствует привлечению инвестиций в различные сферы, такие как туризм, промышленность, производство, научные и инновационные исследования. Однако, важно заметить, что краткосрочная реклама и поверхностные цели, стремящиеся создать лишь красивый образ города, не способствуют достижению долгосрочных перспектив. Необходимо применять все аспекты подхода к каждому человеку, чтобы добиться успеха. Важно учесть, что один и тот же город может обладать объектами различных интересов разных слоев населения, поэтому необходимо развивать все возможности города и творческий потенциал населения. Процесс брендинга города является долгосрочным и результаты не могут быть достигнуты в короткие сроки.

В заключении хотелось бы привести слова автора множества статей, посвященных проблеме брендинга городов М.Ю. Тимофеева: «Актуализация символических индустриальных ресурсов способно приносить вполне материальные дивиденды, и при разумном и справедливом их распределении от брендинга могут выиграть многие. Интересы местных властей, инвесторов, предпринимателей, туристов и, разумеется, местных жителей при профессиональном подходе к позиционированию города или региона как (пост)индустриального должны совпасть» [3].

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

1. Официальный сайт XXV Международного петербургского экономического форума, 17 июня 2022г. Режим доступа: <https://rg.ru/2022/06/17/reg-dfo/putin-proekty-po-komfortnoj-srede-poluchat-dopolnitelno-20-mlrd-rublej.html>

2. Официальный сайт «Известия». Режим доступа: <https://iz.ru/1268513/2021-12-23/putin-rasskazal-o-razvitii-gorodskoi-sredy-v-rossii>

3. Тимофеев М.Ю. Города и регионы России как (пост)индустриальные бренды// 29 Лабиринт. Журнал социально-



гуманитарных исследований №5, 2013. Режим доступа:  
[http://www.intelros.ru/pdf/Labirint/2013\\_05/4.pdf](http://www.intelros.ru/pdf/Labirint/2013_05/4.pdf)

4. Тимофеев М.Ю. Брендинг городов в современной России: семантика и прагматика // Вестник Ивановского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки»- Иваново: ВИГУ, 2011 г., с.37-45.

© Виноградова Е.С., Шальмиева Д.Б., 2023

УДК 336.14:353(57)

## РЕАЛИЗАЦИЯ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ САНЦИОННЫХ МЕР

Новопашина Е.С., Винокуров Д.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Амурский государственный университет», г. Благовещенск*

Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме, решение которой является одной из ключевых задач государства. Приведены результаты обобщения основных путей реализации политики импортозамещения, анализа последствий для экономики государства в целом. В данной работе особое внимание уделяется странам-партнерам РФ и легализации параллельного импорта в условиях введенных санкций.

Финансовая ситуация внутри страны на сегодняшний день напрямую зависит от влияния национального сотрудничества с другими странами. В нестабильной экономической ситуации необходимо реально оценивать свои финансовые возможности и долгосрочность надежности своих партнеров, а также необходимо реализовывать мероприятия по самостоятельному развитию своей деятельности без привлечения зарубежного сотрудничества. Такие мероприятия носят название «политика импортозамещения».

Целью представленного в статье исследования является аналитическое представление ситуации реализации политики импортозамещения в сфере здравоохранения, выявления факторов, препятствующих развитию производства медицинских изделий и лекарственных препаратов в Российской Федерации, и идентификации направлений обеспечения населения средствами, необходимыми для восстановления и поддержания здоровья.

Импортозамещение – это экономическая стратегия, проводимая государством, направленная на снижение зависимости государства от импорта, защиту внутреннего производителя путем замещения импортируемых промышленных товаров товарами национального производства [4]. При осуществлении данной политики государство



преследует цель повышения конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей. При этом подразумевается модернизация производства и повышение его эффективности, повышение качества производимого товара, развитие инноваций в этой области. Импортозамещение является стимулом развития производства, носит управляемый характер, так как предполагает сознательный выбор наиболее приоритетных направлений развития внутреннего рынка в рамках общегосударственной экономической стратегии и поиск перспективных точек экономического роста.

Тенденция к импортозамещению берет свое начало еще в период с 2008-2009 гг., после глобального финансово-экономического кризиса. В мире возродилось внимание к теоретическим и практическим аспектам импортозамещения, особенно усилившееся в последние 5 лет. Это связано с развитием новых тенденций в мировых экономических отношениях, прежде всего, с усилением протекционизма в межгосударственной торговле и инвестициях. Только с 1 января 2017 г. по 15 ноября 2019 г. правительства всех стран мира ввели более 2000 новых ограничительных мер, совокупный эффект которых затрагивает 40% мировой торговли. В 2014 году санкции западных стран и предпринятые российской стороной ответные шаги привели к тому, что стратегия импортозамещения стала одним из приоритетных направлений деятельности российского правительства. Пандемия COVID-19 вызвала срыв поставок конечной продукции, промежуточных товаров, падение спроса на сырьевые товары и энергетические ресурсы, и, хотя эта ситуация и является чрезвычайной, она добавила ряд весомых аргументов в пользу импортозамещения на основе развития национальных производств. После этого Россия столкнулась с экономической необходимостью пересмотра политики импортозамещения в силу следующих обстоятельств:

возрастание импортозависимости ряда отраслей до пределов, угрожающих национальной безопасности (доля импорта в ряде отраслей достигла 90%);

введение санкций и запрета как ответной меры на допуск отдельных видов групп импортных товаров;

девальвация курса рубля, повлекшая рост стоимости импортируемых товаров на внутреннем рынке.

И, наконец, современный период. В 2022 г. наша страна переживает трудные и нестабильные времена. Введенные против России экономические санкции со стороны Западных стран после начала специальной военной операции на Украине вынуждают нашу страну принимать ответные меры и по-новому ставить, и решать задачи импортозамещения.



Определенная доля импорта сырья и готовой продукции, услуг, результатов интеллектуальной деятельности и прочих товаров с целью реализации на внутреннем рынке или для использования в производстве, имеет место в каждой отрасли экономики нашей страны. Отрасли, в которых доля импорта занимает более 60% [4]: промышленное станкостроение (доля импортных станков более 50% в пищевой промышленности и более 60% в нефтедобывающей и тяжелой промышленности); электронная промышленность (доля импорта 80-90%); легкая промышленность (доля импорта 70-90%); тяжелое машиностроение (доля импорта 60-80%); медицинская сфера (около 70-80%).

Для дальнейшего анализа была выбрана медицинская сфера, которая, несомненно, имеет определяющее значение в решении такой важной государственной задачи, как обеспечение здоровья нации. В целях проводимого исследования был выполнен анализ динамики доли импорта инструментов и оборудования, а также лекарственных средств в сфере здравоохранения в период 2012-2020 гг. (рис. 1).

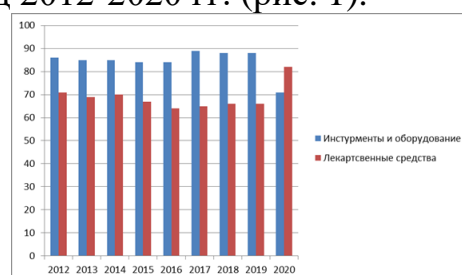


Рисунок 1 – Доля импорта в Российскую Федерацию в сфере здравоохранения в 2012-2020 гг., % [3]

Анализ данных, представленных на диаграмме, показал, что на протяжении всего периода доля импорта в медицине Российской Федерации оставалась высокой. В 2017 году доля инструментов и оборудования, ввозимых из-за рубежа, достигла почти 90%.

В связи с последними событиями на Украине, вводом странами Евросоюза и США новых экономических санкций, был принят Федеральный закон от 08.03.2022 № 46-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты», предусматривающий комплекс мер поддержки не только российского бизнеса, но и граждан. Министерство промышленности и торговли РФ 25 февраля 2022 года заявило о готовности России к отказу от продукции запада и развитию отечественного производства. В связи с этим 28 февраля премьер-министр РФ Михаил Мишустин анонсировал план мер против западных санкций. Поскольку главная цель вводимых западом ограничений – нанесение ущерба экономике России, Правительство РФ определило своей стратегией налаживание собственных производств в различных отраслях. И в качестве одной из ключевых задач была выделена медицинская сфера.



Хоть и принято считать, что сфера образования и здравоохранения должны находиться вне политики, введенные, в связи с последними событиями, санкции против России нанесли серьёзный удар по нашей медицине. Все важнейшее высокоточное медицинское оборудование закупалось за рубежом – аппараты УЗИ; инфузионная терапия; оборудование для лазерной коррекции зрения; кардиостимуляторы и многое другое. Каждая техника требует обязательного обслуживания, комплектующие и расходные материалы для которого также завозились с других стран. Уровень проблем на данный момент очень трудно оценить в полной мере. Также Европейские онкологи заявили о прекращении сотрудничества в области онкологии. Это означает лишь одно – теперь вся надежда на онкологическую службу России, которая, стоит отметить, не раз доказывала свое преимущество.

Многие покупатели импортной продукции сейчас решают проблему нехватки необходимых товаров, сырья и комплектующих, разрабатывая новые логистические схемы поставок, которые, несомненно, увеличивают стоимость приобретаемых товаров. Другим решением возникшей проблемы может быть импортосмещение, которое также рассматривается российскими предпринимателями, как мера, направленная на удовлетворение потребностей производителей.

Учитывая статистику импортозамещения в России, по прогнозам экспертов, медицинское и фармацевтическое производства являются одними из самых востребованных отраслей для налаживания импортозамещения.

Иностранные поставщики, покинувшие российский рынок, позиционируют свой уход как «временное прекращение производства». Стратегия импортосмещения подразумевает временное переключение на альтернативных поставщиков. К сожалению, уровень российского производства медицинского оборудования отличается от стран Запада. Поэтому дальнейшее исследование было направлено на определение возможности применения стратегии импортосмещения для обеспечения сферы здравоохранения медицинскими изделиями и лекарственными препаратами. В табл. 1 приведена характеристика содержания стратегий импортозамещения и импортосмещения.

Таблица 1 – Содержание стратегий импортозамещения и импортосмещения

Стратегия	Импортозамещение	Импортосмещение
Содержание	Полный отказ от приобретения определенного продукта за рубежом и организация его производства в России	Переключение на альтернативных иностранных поставщиков продуктов-аналогов из дружественных стран

Здесь же речь может идти непосредственно о параллельном импорте. В перечне продукции, регламентированном Приказом Минпромторга от 19.04.2022 Г. N 1532В, присутствует фармацевтическая продукция. В



качестве альтернативных поставщиков медицинских изделий можно выделить Китай, Италию, Нидерланды, Японию и др.

В ходе исследования был выполнен анализ объема импорта в 2021 г. основных стран – российских торговых партнеров (рис. 2).

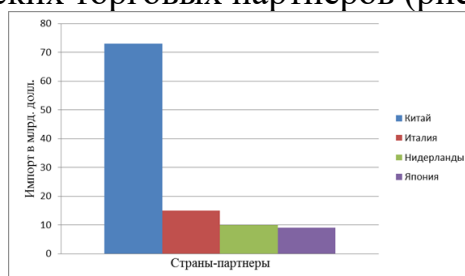


Рисунок 2 – Объем импорта основных торговых партнеров РФ в 2021 году [3]

Возможность выбора поставщика представляется достаточно широкой для российских потребителей. Но приоритетным поставщиком для России является Китай. По последним данным федеральной таможенной службы, в 2021 году, объем импорта из КНР превысил 70 млрд. долларов. Если проследить динамику объема внешней торговли России и Китая за последние пять лет, то можно констатировать положительную тенденцию, как импорта, так и экспорта товаров, что говорит о выстраивании надежных связей между двумя дружественными странами (табл. 2).

Таблица 2 – Объем внешней торговли РФ с КНР, млрд. долларов [2]

Год	2017	2018	2019	2020	2021
Импорт	48	52,2	54,1	54,9	72,7
Экспорт	38,9	56,1	56,8	49,1	68

Дело в том, что одно дело отказать от импортных товаров, таких как итальянские кожаные сапоги, современные гаджеты Iphone, продукты питания – Хамоны, батат, элитный алкоголь и др. Но совсем другое дело отказаться от жизненно необходимых и важнейших лекарственных средствах, а также от медицинских услуг – УЗИ, микрохирургия, протезирование. По мнению экспертов полное импортозамещение возможно лишь в таких видах продукции: вакуумные пробирки для взятия венозной крови (доля импорта на составляет 82%, ежегодный спрос 560000000 штук); повязки и покрытия раневые, пропитанные или покрытые лекарственными средствами (доля импорта – 60%).

Таким образом, проведенные исследования позволяют сделать следующий вывод: импортозамещение как центральный элемент промышленной политики позволит минимизировать негативный эффект от вводимых по отношению к России санкций, что в условиях современных реалий жизненно важно для нашей страны.

При правильном построении и поэтапно развивающейся политики импортозамещения можно достичь значительных успехов в сфере экономики государства.



Однако длительность реализации политики импортозамещения заставляет искать решение более краткосрочных стратегий, одной из которых может стать переключение на альтернативных иностранных поставщиков продуктов-аналогов из стран лояльных к политике Российского государства. В медицинской сфере такой страной вполне может стать Китай, здравоохранение которого в последнее время зарекомендовало себя как вполне успешная и развивающаяся отрасль.

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

1. Федеральная таможенная служба: [сайт]. – Москва, 2022. – URL: <https://customs.gov.ru> (дата обращения: 18.10.2022). – Текст: электронный.
2. База данных экспорта и импорта России: [сайт]. – Москва, 2022. – URL: <https://ru-stat.com/database> (дата обращения: 20.10.2022). – Текст: электронный.
3. Аббасов А.Р. Импортозамещение как динамический процесс обеспечения экономической безопасности национальной экономики // Инновации и инвестиции. – 2015. – № 8. – С. 79-82. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26185971> (дата обращения: 21.10.2022)

© **Новопашина Е.С., Винокуров Д.А., 2023**

**УДК 339.1-051:330.8**

## **РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

Власова Е.А., Уланова М.М., Титов В.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

В настоящее время идет активное формирование системы информатизации общества, глобальное внедрение информационных технологий практически во все сферы деятельности человека. В условиях развития цифровой экономики актуально изучение путей расширения возможностей предпринимательства, включая внедрение инновационных технологий, что поспособствует формированию предпринимательских структур. Эффективность управления данным процессом и использование стандартизированных информационных технологий влияет на то, как успешно будет функционировать и развиваться предприятие, и на результативность внедрения нововведений. По сравнению с ведущими странами, развитие цифровой экономики России находится на достаточно невысоком уровне. Тем не менее, в стране осуществляются меры по решению задач обеспечения ускоренного внедрения цифровых технологий в экономику. Начало этому положил национальный проект «Цифровая



экономика Российской Федерации», целью которого является доступность цифровых сервисов. Данная национальная программа включает в себя различные федеральные направления, одним из которых выступает проект «Информационная инфраструктура». Целью этой программы стало создание конкурентоспособной и безопасной инфраструктуры передачи данных, которая будет доступна для всех предприятий, граждан, и органов власти. Проведение мероприятий проекта осуществит подключение к сети «Интернет» ключевых социально-значимых объектов инфраструктуры. Развитие в современных условиях стабильного и доступного выхода в Интернет является одной из ключевых задач для создания успешной коммуникации представителей компаний с различными подразделениями как внутри компании, так и вне (то есть работа с партнерами, конкурентами, государственными службами, поставщиками).

Цифровая экономика предоставляет новые возможности для развития предпринимательства. Она позволяет создавать и продавать товары и услуги в сети Интернет, что значительно расширяет рынок сбыта и увеличивает потенциальную аудиторию. Особую популярность маркетплейсы приобрели в период пандемии, и сейчас это очень удобные торговые площадки с готовой инфраструктурой для онлайн-продаж. Большинство маркетплейсов предлагают предпринимателям услуги логистики.

Одним из главных преимуществ цифровой экономики для предпринимателей является возможность использования новых технологий и инструментов, таких как искусственный интеллект, блокчейн и другие. Это позволяет автоматизировать процессы, улучшить качество продукции и услуг, а также повысить эффективность бизнеса. Цифровая экономика также способствует развитию новых форм бизнеса, таких как e-commerce, онлайн-сервисы и платформы, социальные сети и другие. Эти формы бизнеса позволяют предпринимателям быстро адаптироваться к изменяющимся условиям рынка и быстро реагировать на потребности клиентов. В цифровой экономике предприниматели могут использовать различные инструменты для маркетинга и продвижения своих товаров и услуг, такие как социальные сети, контекстная реклама, email-маркетинг и другие. Это позволяет увеличить узнаваемость бренда и привлечь новых клиентов. Однако, развитие предпринимательства в условиях цифровой экономики также сталкивается с новыми вызовами, такими как кибербезопасность, конкуренция на рынке и изменение потребительских предпочтений. Предприниматели должны быть готовы к быстрой адаптации к изменяющимся условиям рынка и использованию новых технологий для улучшения своего бизнеса.

В условиях цифровизации стало легче проникать в сознание потребителя, привлекать его внимание. Мобильные устройства выступают





в качестве вспомогательного инструмента, обеспечивающего новую платформу для существующих цифровых маркетинговых каналов, таких как электронная почта, изобразительная реклама (в мобильных приложениях), поиск и другое.

Повсеместное использование мобильных устройств расширяет возможности рекламодателей. Анализируя интересы потенциального потребителя, сеть формирует рекламные предложения, которые могут заинтересовать данного человека и сделать его клиентом компании. По мере того как клиент, полагающийся в большей степени на мобильные устройства, развивает свою пользовательскую базу постоянных приложений на своем устройстве, происходит увеличение вовлеченности в рекламу, что дает больше возможностей для рекламодателей и соответственно развития бизнеса. Одной из последних тенденций в медийной рекламе является перенацеливание, в котором клиент подвергается впечатлению ранее просмотренным продукцией.

В ходе различных психологических исследований было отмечено, что объявление, которое является одновременно навязчивым и целенаправленным оказывает меньшее воздействие на покупку, чем объявления, которые только один или несколько раз были показаны клиенту. Это воздействие также зависит от категории продукта. К примеру, в наиболее частных категориях, таких как финансовые или товары медицинского назначения, этот эффект является наиболее заметным.

Безусловно, большинство внедряемых технологий в конечном итоге приносят социальные блага, но также и вероятность появления рисков по личной и социальной деградации общества. Уже сегодня в обществе формируется страх будущего. Однако в защиту современных технологий можно отнести то, что в отличие от позитивного воздействия негативное воздействие в большинстве случаев намного очевиднее и проявляется раньше. Использование в экономике «Интернет вещей» повысит качество жизни, медицинских услуг, но это произойдет намного позже, чем попытки манипулирования социумом. Обратная сторона данного процесса заключается в том, что со временем будет выработан компенсационный механизм на каждое негативное проявление технологий.

Подводя итоги, мы хотим сделать следующий вывод: разработка и внедрение «цифровой» экономики введёт к внедрению новейших технологий и процессов (производственных, финансовых, управленческих, социальных и других), формирующих особенности организации и развития предпринимательских структур, что в свою очередь обеспечит огромное количество позитивных долгосрочных эффектов, а также последствий в виде формирования стратегического ресурса для реализации его потенциала в экономике. Можно с уверенностью сказать, что в России уже



началась цифровая трансформация предпринимательства. Но все же часть предприятий остается традиционными, то есть использующими в работе лишь некоторые цифровые технологии, не переделывающими всю структуру бизнеса. Для части компаний это слишком дорого, другие боятся киберпреступности, третьи не находят подходящих именно для их бизнеса технологий. Для стимулирования компаний необходимо участие государства, которое могло бы позаботиться о следующих немаловажных факторах: информационной безопасности, инвестировании научных исследований, подготовке кадров для цифрового предпринимательства. Таким образом, важность цифровых технологий для современной экономики неоспорима.

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

1. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Деятельность «Цифровая экономика РФ». <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/>
2. Цифровая экономика. Национальные проекты. <https://национальныепроекты.рф/projects/tsifrovaya-ekonomika>
3. Макаренко А.В. Цифровая экономика как драйвер инновационной предпринимательской деятельности / А.В.Макаренко // Экономика и предпринимательство. – 2018. – №3 (92). – С. 603-609.

© Власова Е.А., Уланова М.М., Титов В.Н., 2023

УДК 352.075

## **РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ГОРОДЕ ЕКАТЕРИНБУРГ**

Волкова В.Н., Сергеева Д.С.

*Уральский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Екатеринбург*

На развитие любой территории огромное влияние оказывает предпринимательская деятельность. Сектор малого и среднего бизнеса развивает экономику, потребительский рынок, увеличивает занятость населения. С одной стороны, потребительская направленность МСП находится в опасном положении в условиях кризиса. Но с другой, малый и средний бизнес обладает гибкостью и способностью быстро реагировать на изменения, тем самым снижая негативные последствия неблагоприятного экономического положения.

Благодаря этим качествам малый и средний бизнес является важной составляющей развития экономики мегаполисов, регионов и страны в целом.





Екатеринбург – один из крупнейших многофункциональных экономических центров России, несущий в себе многие прогрессивные черты и достоинства малого и среднего бизнеса. В г. Екатеринбург действует программа, в целях создания условий для эффективного развития промышленности, инновационной деятельности, малого и среднего предпринимательства Постановлением Администрации города Екатеринбурга от 30.10.2020 № 2230 «Развитие и поддержка промышленности, малого и среднего предпринимательства и инновационной деятельности в муниципальном образовании «город Екатеринбург» на 2021-2025 годы [1].

Чтобы оценить эффективность программы, были определены следующие показатели:

количество созданных малых и средних предприятий;

количество созданных рабочих мест;

число субъектов малого предпринимательства в расчете на 10000 человек населения.

Для формирования точной картины о состоянии развития субъектов МСП в городе Екатеринбург необходимо проанализировать данные, представленные главой муниципального образования в период с 2020-2022 годы. Данные по таким показателям ежегодно предоставляются в докладах главы муниципального образования.

Из представленных докладов главы Екатеринбурга проведем анализ таких показателей как количество субъектов малого и среднего предпринимательства и число субъектов малого и среднего предпринимательства в расчете на 10 тысяч человек населения [2].

По показателю «Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в Екатеринбурге», по данным Федеральной налоговой службы, наблюдается положительная динамика: 2020 год – 113,8 тысячи единиц; 2021 год – 116,7 тысячи единиц; 2022 год – 120,1 тысячи единиц.

По показателю «Число субъектов малого и среднего предпринимательства в расчете на 10 тысяч человек населения» прослеживается отрицательная динамика: 2020 год – 744,0 единицы; 2021 год – 764,7 единицы; 2022 год – 754,9 единицы.

Из данной информации следует, что ситуация с развитием малого и среднего предпринимательства в Екатеринбурге находится на стабильном уровне. Несмотря на то, что прослеживается отрицательная динамика в показателе «Число субъектов малого и среднего предпринимательства в расчете на 10 тысяч человек населения», стоит отметить, что данный показатель в 2022 году вырос относительно уровня 2016 года на 2,29% (в 2016 году – 738 единиц субъектов МСП на 10 тысяч человек населения).



Также, другие показатели в отчете главы муниципального образования показывают положительную динамику.

Для жителей Свердловской области, в том числе Екатеринбурга, существует и функционирует фонд поддержки предпринимательства. Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства – региональный институт развития, созданный в 2002 году Правительством Свердловской области для финансового обеспечения развития малого и среднего бизнеса. Направления работы фонда: финансовые инструменты поддержки предпринимательства, формирование территориальной инфраструктуры поддержки, поддержка начинающих предпринимателей, обучение и консультирование предпринимателей [3].

Фонд осуществляет свою деятельность в рамках Областной программы «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Свердловской области».

Среди ключевых проблем системы МСБ в Екатеринбурге можно выделить: сложность привлечения доступного финансирования; низкий уровень информированности предпринимателей о существующих ресурсах и возможностях развития бизнеса; имущественные и инфраструктурные ограничения; низкая предпринимательская грамотность населения; недостаточный уровень развития делового климата города Екатеринбурга, препятствующего реализации предпринимательских инициатив.

Таким образом, можно сделать вывод, что оказание самой разнообразной поддержки от консультационной до финансовой в рамках программы поддержки МСБ, а также обеспечение деятельности организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов МСП на территории муниципального образования оказывает благоприятный эффект на развитие экономики уральской столицы и региона в целом. Обеспечение поддержки субъектов МСП способствует наиболее эффективному их развитию, так как позволяет создать на территории муниципального образования благоприятную атмосферу для ведения деятельности, что подтверждается годовой статистикой.

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

1. Об утверждении Муниципальной программы «Развитие и поддержка промышленности, малого и среднего предпринимательства и инновационной деятельности в муниципальном образовании «город Екатеринбург» на 2021 – 2025 годы от 30.10.2020 № 2230: Постановление Администрации города Екатеринбурга [Электронный ресурс] URL: [https://екатеринбург.рф/официально/документы/постановления/п\\_2020/299](https://екатеринбург.рф/официально/документы/постановления/п_2020/299)  
19

2. Муниципальное образование «город Екатеринбург». О достигнутых значениях показателей для оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных,



городских округов и муниципальных районов за 2022 год и их планируемых значениях на 3-летний период: Доклад Главы Екатеринбурга а Орлова А.В. Официальный сайт муниципального образования «город Екатеринбург» [Электронный ресурс] URL: <https://екатеринбург.рф/file/4893ec1183aaffb358b02421b365bf1d>

3. Официальный сайт Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства. [Электронный ресурс] URL: <https://sofp.ru/>

© Волкова В.Н., Сергеева Д.С., 2023

УДК 330.828.6

## ВЛИЯНИЕ ИДЕЙ ГУСТАВА ШМОЛЛЕРА НА РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ИСТОРИЧЕСКОЙ ШКОЛЫ ЭКОНОМИКИ

Воронина Е.А., Рудковская М.М.

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

Для исторического направления экономической науки, вне зависимости от страны, в которой развивалось это направление, характерны такие принципы, как необходимость вмешательства государства в регулирование экономики, антиуниверсализм и антикосмополитизм, а также в рассмотрение экономических процессов с социальной точки зрения. Интересы государства, в соответствии с позицией представителей этой школы, должны преобладать над индивидуальными.

Немецкая историческая школа развивалась в течение нескольких десятилетий в три этапа. «Старая историческая школа» (1840-1860 гг.) ставила целью изучение истории не для того, чтобы создать общую теорию исторического развития, а скорее для того, чтобы познать исторические факты и на их основе составить описательные исторические исследования. Представители этой школы создали методологический аппарат и сформировали основные направления исследований. «Новая историческая школа» или «молодая историческая школа» (1870-1890 гг.), которую возглавил Густав Шмоллер, акцентировала внимание на выявлении социальных, экономических и культурных факторов и их влияния на историческую деятельность людей. Представители этой школы разрабатывали методы социологических исследований и активно привлекали материалы из области экономики и социологии.

Г. Шмоллер был ярким приверженцем конкретно-исторических методов исследования и отстаивал значимость индукции, а также приоритет социального целого над действиями отдельных людей, которые



описывал через призму ценностных и этических начал. Он считал, что для создания экономической теории необходимо собрать и обработать фактические данные об экономике, развитии техники в контексте истории, психологии и этики.

В своих работах Г. Шмоллер уделял особое внимание роли хозяйственного «этоса» и моральных и правовых рамок, в которых функционирует экономика. В его понимании, процесс общественного и, в частности, экономического развития заключался в постепенном подчинении всего спектра общественных отношений между людьми правовым и моральным нормам. Правовыми рамками для существования рыночной экономики в данном контексте служат такие нормы, как запрет на расовую дискриминацию, обеспечение прав на частную собственность и свободу торговли. Хозяйственный этос при этом представляет собой необходимое условие для свободного денежного обращения и разделения труда в экономике.

Таким образом, Г. Шмоллер представлял цель политэкономии как нормативной науки в формировании этических предпочтений в хозяйственной деятельности и обосновании этим социальных реформ.

Не менее важную роль в учениях Г. Шмоллера играет «рабочий вопрос» и исследование классовых противоречий капиталистического общества. Идеалом для него было достижение классового мира и всеобщего благосостояния, к которому необходимо прийти не революционным путём, а посредством реализации грамотной социальной политики, защищающей все слои населения.

Густав Шмоллер был одним из первых представителей немецкой исторической школы, который исследовал влияние классовой борьбы на ход экономического развития. Он определял классовую борьбу как борьбу целых классов за власть и господство, а также за материальную безопасность и благополучие. Г. Шмоллер также предлагал классификацию направлений и форм проявления классовой борьбы, а именно. Он считал, что «борьба происходит на одной из трех следующих позиций: во-первых, в области государственного права, из-за выборного или административного назначения чиновников, <...> Во-вторых, в области личного права и законодательства о браке, из-за классовых привилегий и отмены их. В-третьих, из-за распределения доходов таким образом, чтобы, с одной стороны, они определялись свободной игрой рыночных цен, а с другой – требованиями экономической жизни» [1].

Хотя Шмоллер жил и исследовал в эпоху отличную от нашей, предложенная им классификация продолжает сохранять свою актуальность в настоящее время. Многие современные ученые, в том числе экономисты и социологи, продолжают использовать её в своих



исследованиях, чтобы более точно понимать процессы, происходящие в обществе.

Следующим по важности элементом подхода Г. Шмоллера является его учение о роли государства как организации, стоящей над интересами различных классов. Именно государство создает значительную часть хозяйственного этоса. Основной функцией государственного аппарата должно быть регулирование национальной экономики, разрешение классовых противоречий и обеспечении общества социальными благами, такими как страхование рабочих, охрана прав работающих женщин и детей, выплата пенсий. Помимо прочего, государство должно нести ответственность и за конкретизацию и защиту прав собственности.

В целом, Г. Шмоллер преследовал идею национального социализма, а именно сугубо национального государства, не поддающегося регулированию по абстрактным универсальным законам.

Идеи немецкой исторической школы и, в частности, Густава Шмоллера, оказали значительное влияние на развитие экономической теории в России XIX века. Это было обосновано рядом причин и предпосылок. Всё ещё распространённые в то время идеи классической школы в России не прижились в силу несоответствия культа индивидуализма и экономического либерализма ментальности и жизненным принципам российского общества. Как следствие, исторический метод получил распространение в связи с разочарованием общества результатами эпохи «свободы предпринимательства» второй половины 1850 – первой половины 1870 гг., выраженном в спекуляциях, злоупотреблении казенными кредитами, банкротстве и кризисе 1870-ых годов.

Идеи конкретно Г. Шмоллера рассматривались, критиковались и уточнялись многими русскими учёными-экономистами. Наибольшее влияние они оказали на деятельности А.И. Чупрова и М.И. Туган-Барановского.

Заслуга А.И. Чупрова как историка экономической мысли заключалась прежде всего в том, что ему удалось преодолеть чрезмерную историческую обезличенность, связать историю экономических учений с ее «земным воплощением» в виде хозяйственной деятельности и предложить более точную программу историко-экономического курса [2]. В курсе «История политической экономии» А.И. Чупров попытался сформулировать взгляды сторонников исторической школы, которые разделял сам:

1. Хозяйственная деятельность человека не может быть объяснена одним стремлением к богатству и выгоде, так как ведущую роль играют и другие психологические мотивы, например, стремление к общественности.



Человек работает не только ради заработка, но и для того, чтобы чувствовать свою важность в обществе.

2. Народное хозяйство постоянно находится в процессе изменения, так как потребности человека, его умственный и нравственный склад, а также общественные учреждения изменяются в истории и могут отличаться в различных местностях.

3. Отрицается универсальность законов экономической деятельности, так как политическая экономия должна учитывать современные социальные условия, нравы и обычаи общества. Каждое явление народного хозяйства должно изучаться в связи со всеми реальными условиями, которыми оно обусловлено на практике.

4. Критику вызывает теория конкуренции, поскольку способность конкуренции обеспечивать гармонию интересов не всегда возможна. Этим обосновывается необходимость разумного воздействия государственной власти на хозяйственную жизнь для улучшения благосостояния народа.

Отношение А.И. Чупрова к участию государства в экономике выразилось в его исследовании рынка железнодорожных перевозок. А.И. Чупров выступал за необходимость государственного регулирования тарифов и казенной эксплуатации железных дорог. Он отстаивал идею гарантированного процента на капитал для железнодорожных обществ как меру защиты от потенциальных убытков в случае снижения государством тарифов. Это мнение не совпадало с мнениями других специалистов-железнодорожников того периода. А.И. Чупров придерживался мнения о том, что государственное вмешательство нужно для поддержания национальных экономических интересов, в том числе с целью предотвращения кризисов и убытков. Он признавал, что наличие конкуренции в экономике может привести к снижению цен и увеличению эффективности, однако считал, что в определенных отраслях экономики, таких как железнодорожный транспорт, государству необходимо сохранять контроль и поддерживать стабильность.

А.И. Чупров не был единственным, на чью научную деятельность яркий след наложили учения Густава Шмоллера. Среди российских последователей «новой» исторической школы следует также выделить М.И. Туган-Барановского. Михаил Иванович Туган-Барановский (1865-1919 гг.) представлял теоретическое направление отечественной экономической науки, внёс значительный вклад в развитие экономической теории. Главной теоретической задачей он считал разработку национальной политической экономии и обоснование необходимости социально-ориентированной экономической политики.

Русские экономисты того периода, включая М.И. Туган-Барановского, придерживались идеологии, согласно которой человеческая личность является высшей ценностью в национальной экономике. Они





рассматривали человека как носителя противоречивых начал: эгоистического и индивидуалистического, материалистического и духовного, которые сталкиваются и могут способствовать социальным и классовым противоречиям. Создание объективной экономической науки они считали возможным только при условии признания высшей ценности человека и реформирования национальной экономики в соответствии с принципами национальной этики.

М.И. Туган-Барановский в своих работах высказывал мысль о том, что признание человеческой личности в качестве высшей ценности может помочь ликвидировать социальные и классовые противоречия в обществе. Он также утверждал, что экономическая наука должна учитывать не только материальные, но и духовные составляющие экономической жизни общества.

Что касается государства, М.И. Туган-Барановский поддерживал его вмешательство в экономику посредством планирования и регулирования цен, что могло способствовать преодолению кризисов даже при капиталистической экономике.

М.И. Туган-Барановский проводил критический анализ социализма и рассматривал систему государственного социализма как одну из форм организации общества. В своей работе «Социализм как положительное учение», он отмечал сильные и слабые стороны данного способа государственного устройства. С одной стороны, он признавал, что социализм может быть эффективным средством устранения различных экономических и социальных проблем, снижения уровня бедности и повышения общественного благосостояния. Однако он также указывал на слабости государственного социализма, в том числе на ограничение индивидуальных свобод и прав личности, на ограничение гибкости экономической системы и на неэффективное использование экономических ресурсов.

М.И. Туган-Барановский высказывался о том, что в социалистической системе элементы принуждения сохраняются до тех пор, пока сам человек не научится подчинять свои интересы общественным. Он признавал, что это процесс долгий и не простой, но описывал его как необходимый для построения эффективной и стабильной социалистической экономики. Социальным идеалом, по мнению ученого, является не «социальное равенство, а социальная свобода. Общество совершенно свободных людей – вот конечная цель общественного прогресса». Однако социальный идеал «полностью никогда не будет достигнут», в приближении к нему и «заключается весь исторический прогресс человечества» [3].

М.И. Туган-Барановский действительно считал ликвидацию частной собственности и перевод ее в общественную оправданным шагом. Он



полагал, что наличие индивидуальной собственности препятствует экономическому прогрессу и увеличению объемов производства.

Вместе с тем, он высказывался о необходимости развития капитализма в России как средства для создания промышленной базы и подготовки рыночной экономики, но только в тех сферах, где это не приведет к ущемлению прав и интересов населения. Он также полагал, что развитие производственного сектора является основной задачей государственного регулирования и что необходимо создавать такие формы производства, в которых рабочие будут участвовать в результатах труда и управлять ими для увеличения их мотивации к труду и результативности.

Анализируя деятельность российских учёных-экономистов XIX века, можно заметить, что она во многом была основана на теоретической базе, заложенной немецкой исторической школой. Идеи Густава Шмоллера как представителя одного из течений школы относительно роли государства в экономике, классовой борьбы и вопросов методологии нашли отклик в работах А.И. Чупрова, М.И. Туган-Барановского и других учёных. В процессе разработки они приобрели специфику, наиболее актуальную для российской экономики и нашли практическое применение в более узких сферах.

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

1. Шмоллер Г. Ф. Борьба классов и классовое господство. М., 1906;
2. Худокормов А.Г., Покидченко М.Г. Место и роль А. И. Чупрова в российской экономической науке конца XIX в [Электронный ресурс] // Вестник Московского университета. Экономика: электронный научный журнал. 2018. № 3 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-i-rol-a-i-chuprova-v-rossiyskoj-ekonomicheskoy-nauke-kontsa-xix-v?ysclid=larshnlkvf77516940> (дата обращения: 17.01.2023);
3. Туган-Барановский М.И. Социализм как положительное учение. СПб., 1892.

© Воронина Е.А., Рудковская М.М., 2023

УДК 336.71

## **БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Гайдес А.Л., Зернова Л.Е.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Банковский маркетинг – это процесс, который включает в себя специфические направления в виде планирования производства банковского продукта, исследования финансового рынка, налаживание





коммуникаций, установление цен, организацию продвижения банковского продукта и развертывание службы банковского сервиса [1, 2, 3].

Маркетинг известен как система управления и организации деятельности компаний, фирм, банков, всесторонне учитывающая происходящие на рынке процессы. Банковский маркетинг в силу его специфики представляет собой особую область маркетинга. Это внешняя и внутренняя идеология, стратегия, тактика и политика деятельности банка, определяемая конкретной общественно-политической и экономической ситуацией. Последние изменения в реальной хозяйственной ситуации в России сегодня привели к жизненной необходимости освоения коммерческими банками самых современных приемов и способов маркетинга. На это ориентируют универсализация банковской деятельности, выход ее за границы традиционных операций, усиление конкуренции на рынке, влияние жестких финансовых санкций, появление у банков конкурентов в лице небанковских учреждений, отток вкладов из банков в результате развития рынка ценных бумаг [4, 5].

Основными элементами системы банковского маркетинга являются: исследование рынка, разработка и реализация на этой основе рыночной стратегии. Применение банком маркетинга характеризуется наличием в его деятельности следующих черт, являющихся сущностными признаками маркетинга: ориентация банка на потребности клиентов; применение целой совокупности инструментов рыночной политики; планомерная координация всех видов деятельности в сфере сбыта продуктов и услуг.

Маркетинговое управление следует рассматривать с позиции преобразования банковских рынков сбыта в рынки покупателя. Сегодня понятие маркетинга в банковской сфере включает выявление существующих и потенциальных рынков для предоставления услуг; выбор сфер наиболее выгодного предложения банковских услуг и определение потребностей клиентов в этих сферах; установление кратко- и долгосрочных целей для развития существующих и создания новых видов услуг; предложения услуг таким образом, чтобы привлечь внимание клиентов к их получению, при соблюдении условия постоянного контроля со стороны банка за качественным их выполнением и получением прибыли от их реализации.

Специфика банковского маркетинга предопределяется особенностями банковского продукта. Банковский продукт (услуга) – разнообразные действия на финансовом рынке, денежные операции, осуществляемые коммерческими банками за определенную плату по поручению и в интересах своих клиентов, а также действия, имеющие целью совершенствование и повышение эффективности банковского предпринимательства (например, совершенствование организационной структуры).



Цель банковского маркетинга – создание необходимых условий приспособления к требованиям рынка капитала, разработка системы мероприятий по изучению рынка, повышение конкурентоспособности и прибыльности [6, 7]. В настоящее время кредитные учреждения в странах с развитой рыночной экономикой осуществляют обслуживание физических и юридических лиц, предоставляя им около 270 видов различных услуг.

Важной чертой любого банковского продукта банка является его имидж. Имидж – это распространенное и достаточно устойчивое представление об отличительных либо же исключительных характеристиках продукта, придающих ему особое своеобразие и выделяющих его из ряда аналогичных продуктов. Имидж продукта складывается под воздействием следующих факторов: имидж банка, разрабатывающего либо же реализующего данный продукт; качество продукта; характеристики аналогичного продукта других банков; критерии, нормы и предпочтения клиентов, пользующихся указанным продуктом.

Имидж продукта, оказывает на них существенное влияние, что приводит к их трансформации. Данные факторы в свою очередь находятся в активном взаимодействии и воздействуют как друг на друга, так и на всю совокупность данных факторов. Главное направление в стратегии развития банки уделяют разработке новых банковских продуктов (или их модернизации), так как расценивают их как важнейшее средство обеспечения стабильности своего функционирования, экономического роста и конкурентоспособности.

Для успешного внедрения нового продукта на рынок, он должен отвечать следующим основным положениям:

любой вид продукта должен полностью соответствовать запросам потребителей;

продукт должен опираться на сильные стороны деятельности банка или его подразделения;

продукт (услуга) кредитного учреждения призвана быть лучше предложений его конкурентов;

любой новый продукт, который банк предоставляет клиентам, должен пользоваться поддержкой его руководства;

разрабатываемые продукты (услуги) обязаны иметь упреждающий (стратегический) характер.

Для банка внедрение в практику бизнеса новых продуктов – это возможность проникновения на новые рынки, их освоение, удовлетворение вновь появившихся пожеланий клиентов и получение на этой основе новых прибылей. Особенно высокие доходы имеют место обычно тогда, когда банк выходит на рынок с качественно новым продуктом, который другие банки пока не использовали и на





определенном этапе становится монополистом, что дает возможность некоторое время получать монопольно высокую прибыль. Этот период обычно невелик, поскольку другие банки стараются быстро наверстать упущенное, разработать, подготовить и предложить своим клиентам аналогичную услугу. Но и за короткое время можно привлечь к себе новых клиентов, существенно пополнить клиентскую базу.

Процесс разработки или совершенствования банковского продукта (услуги) начинается с выдвижения идеи. Объектом инновации могут являться банковский продукт (услуга), технология его реализации, программное обеспечение, а также применение известного ранее банковского продукта (услуги), технологии и программного обеспечения по новому назначению. Конструирование новых банковских продуктов, отвечающих повышенным требованиям банков и их контрагентов в доходности, ликвидности и управлении рисками, представляется на нынешнем этапе доминирующим направлением развития банковской практики.

Следует отметить, что банковский продукт можно считать инновационным, если ему присущи следующие качественные характеристики: он специально создан для управления специфическими денежными потоками и внедрен в структуру рынка впервые; присутствовал ранее на рынке, но хотя бы один из его параметров или элементов (банковский инструмент, банковский бизнес-процесс, банковская стратегия) модифицированы примененным впервые на данном рынке способом; сконструирован пакетный продукт, в котором впервые на данном рынке применено сочетание существовавших ранее банковских продуктов.

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

1. Зернова Л.Е., Полетавкина Г.В. К вопросу о продвижении банковских услуг на финансовом рынке // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина» - 2020. - с. 269-274.

2. Гайдес А.Л., Зернова Л.Е. Принципы банковского маркетинга // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2022)». - 2022. - с. 193-197.

3. Семко Д.Д., Зернова Л.Е. Изучение спроса на банковские продукты для физических лиц // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина» - 2020 – с.45-48.



4. Зернова Л.Е. Анализ способов продвижения розничных банковских услуг // Экономические исследования и разработки – 2020 - №4 –с.71-78.

5. Семко Д.Д., Зернова Л.Е. Интегрированные маркетинговые коммуникации и их роль при продвижении банковских продуктов на рынок // Сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации» (Социальный инженер-2020) - М.- 2020. - с. 123-127.

6. Кащеев О.В., Зернова Л.Е., Полетавкина Г.В. Особенности рекламы банковских услуг для корпоративных клиентов - предприятий текстильной промышленности // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. - 2020. - № 5 (389). - с. 5-10.

7. Гайдес А.Л. Специфика коммуникаций в банковской сфере // Сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации» (Социальный инженер-2022) - 2022. - с. 126-129

© Гайдес А.Л., Зернова Л.Е., 2023

**УДК 336.71**

## **РОЛЬ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В РАЗВИТИИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

Галяткин С.А.

Научный руководитель Зернова Л.Е.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Банковская деятельность в России в последнее время переживает ряд серьезных изменений, которые вызваны, с одной стороны, введением жестких финансовых санкций, а с другой – развитием новых информационных технологий.

Современные банковские стратегии предусматривают изменение роли банковских офисов, появление вместо операционистов универсальных специалистов по продажам, расширение операций через мобильные устройства, внедрение во все сферы банковской деятельности технологий Big Data, повышение технологической и информационной безопасности и т.п.

В связи с этим одной из основных внутренних стратегических задач коммерческих банков на ближайшие годы является повышение





эффективности деятельности, в том числе улучшение таких показателей, как рентабельность капитала, рентабельность активов и операционная эффективность [1, 2, 3]. Она может быть решена за счет оптимизации бизнес-процессов, консолидации операционных функций, развития технологических платформ, а также модернизации системы управления рисками и Службы внутреннего аудита (СВА).

Служба внутреннего аудита может и должна внести существенный вклад в реализацию стоящих перед банками стратегических задач. В кредитных организациях деятельность Службы внутреннего аудита нередко воспринимается как формальная необходимость проверки достоверности бухгалтерской и иной отчетности, а также соответствия ее законодательству и другим нормативным правовым актам, что, конечно, отвечает ее задачам. Однако многие банковские операции все чаще выполняются в автоматическом режиме, и контроль осуществляется уже на стадии их проведения [4, 5, 6].

На первый план перед специалистами внутреннего аудита в условиях глобальной автоматизации операций выходят следующие задачи:

- оценка бизнес-процессов и выявление слабых мест;
- повышение эффективности бизнес-процессов и деятельности в целом;
- оптимизация системы управления рисками, в том числе стратегическими;
- повышение качества корпоративного управления.

В ходе проведения внутреннего аудита бизнес-подразделений специалисты СВА могут и должны обращать внимание на оптимизацию таких бизнес-процессов, как расчетно-кассовое обслуживание клиентов, кредитная деятельность, в том числе кредитное администрирование, валютная деятельность, взаимодействие с госорганами и т.д.

Роль Службы внутреннего аудита в системе управления коммерческим банком безусловно растет, что предопределяет необходимость постоянного совершенствования ее деятельности. В настоящее время в развитии внутреннего аудита отмечаются следующие тенденции:

- расширение круга задач, стоящих перед аудиторами, в частности, выявление зон риска, оценка системы риск-менеджмента коммерческого банка, переход от контрольной функции к партнерской и т.д.;
- развитие новых видов внутреннего аудита (аудит эффективности, аудит корпоративного управления; предпроектный аудит, дистанционный аудит и т.д.);
- совершенствование риск-ориентированного и стратегического подходов;
- повышение ответственности внутренних аудиторов;





увеличение значимости специализированных знаний в области банковской теории и практики.

В связи с этим важнейшим условием повышения эффективности деятельности Службы внутреннего аудита коммерческих банков и полноценного выполнения ею своих этих функций является наличие квалифицированных кадров. Специалисты, работающие в СВА, должны обладать определенными компетенциями, такими, как командное лидерство, способность к оказанию влияния, управление командной работой, уверенность в себе; а также иметь такие качества, как аналитическое и концептуальное мышление, умение четко излагать свои мысли.

Коммерческим банкам требуется новый качественный уровень специалистов Службы внутреннего аудита. Они должны обладать знаниями во многих сферах: риск-менеджмента, нормативной правовой базы, IT-технологий, стратегического управления, анализа и консультаций, кибербезопасности и налогообложения. Именно поэтому подготовке специалистов СВА требуется уделять особое внимание. Совершенно очевидно, что оптимальный вариант – вырастить необходимые кадры внутри банка. С другой стороны, для выполнения рутинной работы наиболее подходят недавние выпускники вузов, которые соглашаются на невысокую оплату труда ради приобретения опыта практической работы. Понятно, что для успешной адаптации в профессиональной среде они должны получить в вузах необходимые знания.

Повышение квалификации специалистов Службы внутреннего аудита и расширение задач, стоящих перед ними, позволит усилить роль данного подразделения в реализации стратегии коммерческого банка. Тесное взаимодействие СВА с другими подразделениями коммерческого банка, ее восприятие как партнера в реализации стратегических задач и повышении эффективности деятельности потребует разработки стратегического плана развития внутреннего аудита в каждой кредитной организации, а также дорожных карт по его реализации.

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

1. Галяткин С.А., Зернова Л.Е. Роль внутреннего аудита в корпоративном управлении коммерческого банка // Сборник материалов Международной научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2022)» -. 2022.- с. 209-212.

2. Зернова Л.Е. Стратегия управления банковскими операциями как инструмент обеспечения финансовой устойчивости коммерческого банка // Актуальные проблемы современности: наука и общество. - 2020. - № 1 (26). - с. 37-40.





3. Зернова Л.Е. Факторы, влияющие на управление банковскими операциями и рисками // Вектор экономики- 2020. - № 2 (44). - с. 20.

4. Зернова Л.Е. Управление операционным риском в коммерческом банке // Вектор экономики. - 2019. - № 5 (35). - с. 114.

5. Галяткин С.А., Зернова Л.Е. Внутренний аудит в коммерческом банке // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2022)». - 2022. - с. 59-62.

6. Галяткин С.А. Роль внутреннего аудита при принятии решений в банковской сфере // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2022)».. - 2022. -с. 129-132.

© Галяткин С.А., 2023

УДК 332.1

## НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ БАЗИС РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Гараев О.Р.

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

Экономическое развитие выступает достаточно важным элементом в системе управления территориями. Регион, как элемент государственного управления, также ориентирован на экономическое развитие посредством использования различных инструментов, механизмов и алгоритмов. Несмотря на данный факт, научно-технический базис регионального экономического развития в настоящее время находится в трансформации, что обусловлено изменениями в разрезе эффективности, результативности и синергетичности мероприятий, способствующих текущему и стратегическому функционированию территорий. Научно-технический базис – это система сбора данных, отражающая ключевые аспекты теоретического и эмпирического опыта. При этом, научно-технический базис должен быть валиден существующей практике, в рамках которой реализуется данный процесс. Говоря простым языком, научно-технический базис регионального экономического развития должен соответствовать текущим условиям функционирования субъектов Российской Федерации. В соответствии с этим, необходимо рассмотреть существующие предпосылки и особенности научно-технического базиса регионального



экономического развития. Выделим несколько направлений исследования научно-технического базиса регионального экономического развития.

Во-первых, научно-технический базис регионального экономического развития требует формирования дефиниции, отражающей ключевые особенности и специфику реализации данного процесса. Во-вторых, региональное экономическое развитие выступает достаточно многогранным процессом, который ориентирован на несколько направлений, отражающих экономические свойства и инструменты. Целью написания научной статьи выступает исследование научно-теоретического базиса регионального экономического развития. Для выстраивания единой линии изучения выбранной темы определим следующие задачи исследования: рассмотреть понятийный аппарат дефиниции «региональное экономическое развитие».

На сегодняшний день региональное экономическое развитие рассматривается в статьях российских и зарубежных ученых, базируясь на восприятии понятия «регион». Так, в статье Stoianets N. под регионом понимается район, сформированный по географическому признаку [1, с. 133]. В соответствии с этим, региональное экономическое развитие в данной статье базируется на постулатах, характеризующих территориальность. Говоря простым языком, трактовка регионального экономического развития сводится к оценке ресурсной составляющей. В российских научных статьях регион – это, прежде всего, территория с обеспеченным экономическим, социальным, политическим, информационным, ресурсным и иными подходами к построению административно-хозяйственной деятельности на уровне субъекта Российской Федерации.

Конкретизация теоретической базы «регионального экономического развития» на основе задач исследования, складывается из нескольких аспектов. Первый аспект – разрозненность дефиниционного характера. Понятие «региональное экономическое развитие» в большинстве исследований по пространственному развитию субъектов Российской Федерации замещается определением «социально-экономическое развитие региона», «экономическое развитие региона», «региональное развитие», «развитие региона». В рамках данного исследования необходимо привести представленные дефиниции к единой терминологии «региональное экономическое развитие». Второй аспект обусловлен разрозненностью нормативно-правовой базы, характеризующей «региональное экономическое развитие» как на уровне субъекта Российской Федерации, так и на федеративном уровне. В разрезе исследований нормативно-правовой базы «регионального экономического развития» наблюдается конкретизация органов власти в совокупности полномочий и норм, но при этом отсутствует единый стандарт обеспечения регионального



экономического развития, имеющий связи в федеральном и региональном законодательстве. Выделенная проблематика упоминается в научной статье Балюк С.С. в виде отсутствия конкретизации федеральных норм по обеспечению экономического развития региона для специализированных территорий [3, с. 4].

Третий аспект «регионального экономического развития» проецируется в разрезе количественных характеристик – критериальной базы. Проблематика выделенного аспекта основана на разрозненности показателей, которые с одной стороны оценивают текущее экономическое состояние региона, а с другой стороны, переплетаются с социальными факторами. Так, например, в статье Бондарской О.В. в качестве ключевых показателей «регионального экономического развития» выделяются: валовый региональный продукт, уровень дохода населения, уровень потребления благ [5, с.200].

Итак, перейдем к рассмотрению понятийного аппарата дефиниции «региональное экономическое развитие». Общий характер понятия «региональное экономическое развитие» представлено в определении Белова В.И.: это многомерный процесс, который позволяет достичь экономических целей через выстраивание информационных и материальных потоков на региональном уровне [4, с. 22]. В соответствии с данным определением, «региональное экономическое развитие» характеризуется многогранным процессом, направленным на достижение целей. В качестве целей, заявленных в региональном экономическом развитии, – создание условий по повышению качества жизни населения. Если определить данную цель в разрезе понятия «региональное экономическое развитие», то следует выделить ее социальную направленность (рис. 1).

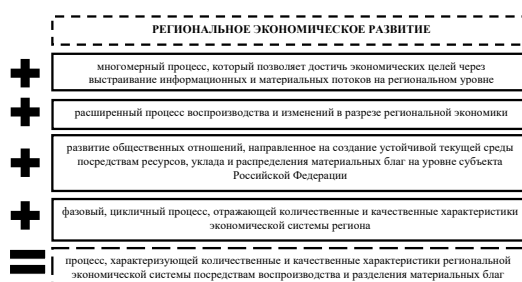


Рисунок 1 – Понятие «региональное экономическое развитие» в разрезе исследований

Кроме того, понятие «региональное экономическое развитие» обусловлено выстраиванием информационного и материального потоков на региональном уровне. При этом, в данном определении не сформирован объект – принадлежность выстроенных потоков на региональном уровне. Упоминается лишь причина-следственная связь,



закрывающаяся в том, что экономическая цель достигается через построение материального и информационного потоков.

Региональное экономическое развитие – это расширенный процесс воспроизводства и изменений в разрезе региональной экономики [2, с. 2182]. Выделенное понятие базируется на основах пространственной экономики, которая заключается в наличии воспроизводственных процессов. Воспроизводственные процессы базируются на аспектах производства, распределения, перераспределения и потребления ресурсов на региональном уровне. Представленное условие концентрирует понятие «региональное экономическое развитие» на аспекты имеющихся возможностей и производственного потенциала. Кроме того, определение Yizhou T., Xin L. ориентирует понятие «региональное экономическое развитие» как расширенный процесс, представляющей собой широкий спектр взаимосвязанных элементов, оказывающих влияние на конечный продукт. В соответствии с этим, региональное экономическое развитие – это дефиниция, носящая повторяемый, последовательный характер.

Немного иначе представлена дефиниция в статье Калужского М.Л., который под региональным экономическим развитием понимает развитие общественных отношений, направленное на создание устойчивой текущей среды посредством ресурсов, уклада и распределения материальных благ на уровне субъекта Российской Федерации [6, с. 42]. Представленное определение имеет отличительные признаки. Региональное экономическое развитие рассматривается не через экономическую составляющую, а на основе выстраивания общественных отношений. Тем самым, региональное экономическое развитие в понимании Калужского М.Л. формируется посредством выстраивания взаимосвязей между социальными субъектами.

В рамках циклического восприятия понятийного базиса «региональное экономическое развитие» – это фазовый, циклический процесс, отражающей количественные и качественные характеристики экономической системы региона [7, с. 36]. Представленное определение Сиды Е., Кан В.К., сформулировано на основе теории циклов Кондратьева Н.Д., обусловленной этапами и фазами развития экономики. Выделенные фазы адаптированы под условия региональной среды: спад (снижение экономических показателей по отраслям народного хозяйства), подъем (рост экономических показателей по отраслям народного хозяйства), стагнация (снижение уровня валового регионального продукта), оживление (экономический рост). В выделенных фазах – ключевую роль играет качественная и количественная базы, которые позволяют определить уровень регионального экономического развития.

На основе обобщения выше представленных понятий, сформулируем авторское определение «региональное экономическое развитие» – это процесс, характеризующей количественные и качественные



характеристики региональной экономической системы посредством воспроизводства и разделения материальных благ. В соответствии с авторским определением, в понятии «региональное экономическое развитие» учтены все ключевые признаки: первый – процессный характер, второй – уровень оценки (количественный и качественный), третий – аспекты достижения результата (воспроизводство и материальные блага). На основе данного понятия сформирована этапность и последовательность действий.

Таким образом, региональное экономическое развитие – это достаточно структурированное и многофакторное определение процесса, позволяющего определить состояние субъекта Российской Федерации на основе заданных факторов. При этом его связь с иными базисными метриками определяют важность изучения регионального экономического развития в аспекте норм и правил как федерального, так и муниципального уровней.

**Список использованных источников:**

1. Stoianets N. Regional clusters as a structural link sustainable development national economy // Agricultural and Resource Economics. 2017. - Vol. 3. - no 2. - pp. 132-144.

2. Yizhou T., Xin L. Temporal and spatial evolution of the coupling relationship between regional innovation system and regional economy // Agro Food Industry Hi-Tech. - 2017. - Vol. 28. - no 1. - pp. 2179-2184.

3. Балюк С.С. Региональное экономическое развитие: новые направления теории и практики Балюк // Экономика и управление (Минск). - 2014. - № 1 (37). - С. 4–8.

4. Белов В.И. Региональная экономика в условиях кризиса (ситуационный подход) // Образование, экономика, общество. - 2010. - № 6 (22).- С. 21–25.

5. Бондарская О.В. Региональная экономика: условия и особенности управления // Экономика и предпринимательство. - 2017. - № 8-4 (85). - С. 200–204 12.

6. Калужский М.Л. Региональная экономика: методология и предмет изучения // Хроники объединенного фонда электронных ресурсов Наука и образование. 2018. № 6 (109). С. 42.

7. Сидя Е., Кан В.К. Эффективность политики регионального развития на дальнем востоке России: Финансовая оценка н абазе микроданных резидентов // Пространственная экономика. - 2021. - Т. 17. - № 1. - С. 35–65.

© Гараев О.Р., 2023



УДК 330.34

## ПЕРСПЕКТИВЫ И ОГРАНИЧЕНИЯ, НАКЛАДЫВАЕМЫЕ НОВОЙ ЭКОНОМИКОЙ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Гладков А.П.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

С началом перехода от сырьевой и индустриальной экономики к иному типу сменилась основная тенденция формирования современного общества, однако строгого определения «новой экономики» в научной литературе на данный момент не закрепились. Чаще под этим термином подразумевается производство товаров и услуг с применением информационных или других высоких технологий.

Два ключевых отличия новой экономики от её предшественников заключены в отведении большой роли инновациям и узкой направленности на конкретного потребителя [1]. При этих двух факторах базовым элементом и самым значимым аспектом для производителей товаров и услуг становится креативность как технология организации творческого процесса.

Под термином «креативные индустрии» в России понимается особый сектор экономики, включающий в себя деятельность, отвечающую следующим ключевым характеристикам: большой объём существующих знаний, необходимость генерации новых и высокая составляющая труда, относящегося к творчеству. В данный сектор экономики включают и те компании, которые реализуют свою деятельность в сфере искусства, используют историко-культурное наследие, производят цифровой контент, в том числе современные медиа, и другие прикладные индустрии.

В настоящее время отмечается растущее число исследований, связанных с аналитикой и развитием креативных индустрий. Специалисты в области экономики рассматривают их в качестве механизма экономического роста нашей страны. Креативные индустрии рассматриваются как эффективная современная модель экономического роста: их капитализация в мире – более 2,3 трлн. долларов [2]. Это напрямую связано с повышением важности и значимости обозначенного сектора экономики, ролью в региональном развитии, формировании социального капитала, а также влиянием на устойчивое развитие страны.

«Новая экономика», преимущественно базирующаяся на информационных технологиях и интеллектуальных ресурсах, диктует свои правила как на рынке труда, так и в предпринимательстве и производстве.



Новые правила, перспективы и ограничения накладываются на всех, в том числе и компании, осуществляющие деятельность в креативных индустриях.

В первую очередь, стремительное развитие информационных технологий порождает острую необходимость в квалифицированных кадрах, способных своевременно получать знания и навыки, позволяющие двигать развитие технологий вперёд. Позитивное подкрепление заинтересованных абитуриентов должно сопровождаться гибкими условиями труда и для тех, кто осуществляет обучение.

Новая экономика требует от государства поддержки не только в сфере образования, но и финансовой, где государство выступает в роли инвестора. Для развития и поддержки высоких технологий требуются серьёзные вложения на этапе возникновения потребностей, что в свою очередь будет окупаться при положительных результатах научной деятельности разработчиков и инженеров.

Таким образом, сектор креативной экономики на территории Российской Федерации может стать платформой для комфортного развития малого и среднего бизнеса, если государственные льготы и гарантии будут применены по отношению к компаниям, ведущим деятельность в области творчества. Особое внимание потребуется уделить и системной политике по формированию инфраструктуры и поддержке проектов создания публичных креативных пространств, таких, как хабы, хакспейсы, коворкинги, антикафе и так далее, в которых креативные люди могут общаться между собой, генерировать новые идеи и проекты или презентовать существующие.

Возвращаясь к обсуждению компаний, осуществляющих деятельность в креативных индустриях, рассмотрим конкурентные преимущества. Конкурентным преимуществом при данном типе экономики становятся именно инновационные и уникальные товары – бизнес-идеи, продукты, технологии, модели организации деловых процессов, аудитория потребителей и другие.

Ещё одним из ключевых факторов конкуренции в сфере инноваций выступает время [3]. Для компании, реализующей свою деятельность в условиях новой экономики, приоритетной задачей становится сокращение временного промежутка от этапа возникновения идеи до её реализации и внедрения на рынок, при этом все виды издержек необходимо сокращать, обеспечивать гибкость производства, производительность труда наращивать.

Рассмотрим примеры из мира телевидения. Работа над пилотной серией российского детективно-мистического проекта «Вампиры средней полосы», производством которого занимается компания «START Studio» (Старт Студио), прошла в апреле 2018 года, а её премьерный показ



состоялся уже в сентябре того же года. Меньше полугода прошло от момента формирования идеи до первых плодов её реализации, что для индустрии производства сериалов является очень маленьким сроком. Игры Клуба Весёлых и Находчивых на Первом канале ещё несколько десятков лет назад проходили с внушительной задержкой после съёмок – от месяца до полугода, теперь же между игрой и эфиром может пройти даже меньше недели. Это обусловлено тем, что юмористический творческий продукт при длительном производстве теряет актуальность и инновационность, а значит и конкурентное преимущество в сетке телевидения. Развлекательные телешоу всё чаще используют прямые эфиры для показа финала проектов, чтобы повысить рейтинги и дать зрителю ощущение «здесь и сейчас» («Маска» на НТВ, «Голос» на Первом канале и другие). В противном случае создатели медиапродукта рискуют потерять весомую часть аудитории из-за того, что результаты конкурсов или лучшие фрагменты появятся в интернете раньше официального выхода на площадках первоисточника.

В условиях новой экономики мы можем выявить перспективу развития креативных индустрий в России по следующим направлениям: увеличение роли образования в сферах IT, необходимость привлечения дополнительных инвестиций в индустрию, направленность на инновационность и индивидуализацию продуктов или услуг под более узкую целевую аудиторию. При этом, ввиду ограниченности во времени компаниям необходимо сокращать этап производства, чтобы между возникновением идеи и её реализацией на рынке проходило как можно меньше времени. Творческие индустрии нуждаются в стимулах для развития, в особенности финансовых и налоговых, но не только в центре, но и на перифериях – развитие региональных компаний является неотъемлемой частью общего экономического роста страны [4].

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

1. Степанова, Т.Е. Закономерности экономики, основанной на знаниях / Т.Е. Степанова. Самара : Изд-во Самарск. гос. экон. академии, 2005.
2. Т. Абанкина, Е. Николаенко, В. Романова, И. Щербакова Креативные индустрии России: тенденции и перспективы развития // Grey Matter – 2021. – 44 с.
3. Бунич А.Н. 7 принципов новой экономики для России (от индустриального к информационному сообществу) // iBusiness. – 2000. – № 1-2.
4. Глушкова Ю.О., Бабаян И.В. Теоретические подходы к анализу креативных индустрий // Beneficium, – 2019. №3(32). С. 14–24.

© Гладков А.П., 2023





УДК 332.1

## ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕГИОНА

Голосная Е.А.

Научный руководитель Лазарева О.С.

*Оренбургский филиал федерального государственного бюджетного  
образовательного учреждения высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Оренбург*

Национальная экономическая безопасность складывается из уровня экономической безопасности ее регионов. В настоящее время подняты на высокий уровень вопросы по обеспечения национальной экономической безопасности.

Экономическая безопасность региона – это совокупность текущего состояния, условий и факторов, характеризующих стабильность, устойчивость развития экономики и социальной сферы региона [1].

Авторы считают экономическую безопасность, как важную высококачественную характеристику экономической системы, определяющую ее способность поддерживать нормальные условия жизнедеятельности населения, устойчивое обеспечение ресурсами народного хозяйства [2].

Региональная экономическая безопасность характеризуется созданием благоприятных условий и гарантированностью обеспечения роста предпринимательской активности; формированием необходимых условий и мер, ориентированных на стимулирование инвестиционных вложений в сферу материального производства, содействующих развитию научно-инновационной деятельности, повышению профессионального, образовательного и культурного уровня работников.

В то же время субъектами, которые обеспечивают и распределяют человеческий потенциал, и объектами, на которые распространяется и влияет человеческий потенциал, кроме самого человека, будет: государство, его социально-экономические институты, организации [3].

Таким образом, распределение ролей в вопросе развития человеческого потенциала, ответственные и заинтересованные стороны. Из этого следует вывод, что элементы обладают двойственной природой, одновременно выступая как субъектами, так и объектами человеческого потенциала.

Объектами человеческого потенциала являются люди – отдельный человек, организации, социально-экономическая сфера, государство и общество в целом.

Один из главных факторов влияющий на экономическую безопасность региона это человеческие ресурсы.





Человеческие ресурсы – это работоспособное население, которое является основой потенциала человеческого, характеризующий степень развития физических и духовных способностей человека [4]. Он является одним из важнейших компонентов, обеспечивающих экономическую безопасность региона.

Данный фактор ввиду своих особенностей относится и к экономической, и к социальной составляющей экономической безопасности. Рассмотрим их на рис. 1 [5, 6, 7].

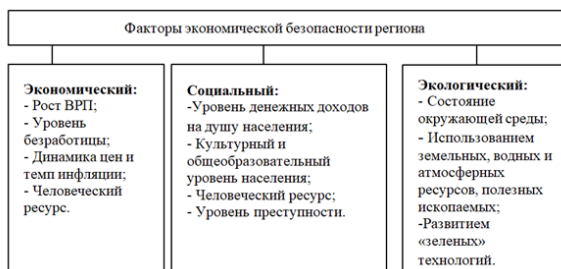


Рисунок 1 – Факторы, влияющие на экономическую безопасность региона.

В соответствии со стратегией экономической безопасности России на период до 2030 года, к основным вызовам и угрозам экономической безопасности, кроме прочих, относится стремление зарубежных государств использовать свои преимущества в уровне развития высоких технологий для замедления интереса соседних государств к своевременным моделям экономического развития [8].

Человеческие ресурсы являются важнейший фактор развития, и хоть сама эта категория еще изучается, уже сейчас ясно, что человеческие ресурсы требуют особого подхода к управлению и поэтому существенно отличаются от других.

#### Список использованных источников:

1. Ковалева Г.А., Куклин А.А. Экономическая безопасность Свердловской области. - М.: Урал.ун-та, 2018 - 336-338 с.
2. Кислая Т. Н., Теоретико-методологические подходы к управлению экономической безопасностью. - 2021. – 152 с.
3. Павленко П.Д. Технологии социальной работы в различных сферах жизнедеятельности. - М.: ИНФРА, 2019. – 379 с
4. И. А. Максимцева, Н. А. Горелова. Управление человеческими ресурсами. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 467 с.
5. Лазарева О.С. Факторы, сдерживающие развитие высокотехнологических секторов как угроза национальной безопасности. Пермь, 2021.
6. Варавва М.Ю., Лазарева О.С. Необходимость перехода Российских регионов к ресурсосохраняющей модели развития. - Волгоград, 2021.
7. Варавва М.Ю., Лазарева О.С «GREEN TECHNOLOGY» как драйверы инновационного развития современного региона. – 2018.



8. Указ Президента РФ от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».

© Голосная Е.А., 2023

УДК 366.12:504.03[658.64]

## **ВЛИЯНИЕ ЭКОТРЕНДОВ НА ПОВЕДЕНИЕ КЛИЕНТОВ СЕРВИСНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ**

Голяко Е.И., Фирстова М.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Сервисная деятельность связана с разработкой и предоставлением разнообразных видов услуг. Она основана на организации процесса обслуживания с оптимизацией для удобства потребителя (клиента). Предприятия сферы сервиса уделяют внимание качеству предлагаемых сервисных услуг при ориентации на тренды потребительского поведения. Тренд – это направление развития (тенденция), которая становится популярной в определенной области в течение определенного времени. Данный термин может относиться к моде, технологиям, социальным привычкам, поведению потребителей и другим аспектам жизни. Тренды могут быть временными или долгосрочными и оказывают значительное влияние на поведение людей и бизнес-стратегии.

В последние десятилетия особенно стали важны экотренды для потребителей, так как они связаны с экологической ответственностью и заботой об окружающей среде. Покупатели стремятся сделать выбор в пользу экологически чистых продуктов и услуг, чтобы снизить углеродный след и помочь защитить природу. Кроме того, они всё более осознают свою роль в сохранении окружающей среды и готовы платить больше за продукты и услуги, которые соответствуют их этическим и экологическим ценностям. Именно поэтому предприятия сферы сервиса, адаптируясь к экотрендам, могут привлечь больше клиентов и увеличить свою прибыль.

Экотренды – это современные направления в бизнесе и потребительском поведении, которые связаны с охраной окружающей среды и рациональным использованием приобретаемых товаров и услуг. Они включают в себя внедрение экологически чистых материалов и технологий, повышение энергоэффективности и уменьшение отходов и выбросов. Одним из важнейших компонентов также выступает развитие социальной ответственности предпринимателей [1, с. 59]. Экотренды направлены на создание более устойчивой экономики и улучшение



качества жизни людей. Они оказывают значительное влияние на рынок сферы услуг. Компании, которые следуют экологической стратегии, получают определенное превосходство среди конкурентов. Показывая свою экологическую ответственность, они привлекают клиентов, которые разделяют эти ценности. В то же время, внедрение таких трендов помогает сократить расходы на энергию и ресурсы, повысить эффективность своих бизнес-процессов и уменьшить отрицательное воздействие на окружающую среду. Развитие экологических услуг создает новые возможности для бизнеса и способствует улучшению экологической обстановки в обществе. Примерами подобной концепции обслуживания служат экологический мониторинг и аудит, переработка отходов, энергосбережение и утилизация опасных веществ.

Одной из главных причин изменения поведения клиентов в XXI веке является растущая осознанность общества в проблемах экологии и необходимости сохранения природных ресурсов для будущих поколений [2, с. 15]. С течением времени все больше людей начинают понимать, что их потребительское поведение оказывает прямое влияние на состояние окружающей среды и могут выбирать продукты и услуги без нанесения ущерба природе. В настоящий момент наблюдается особенно активный рост потребности в экологически чистых продуктах и услугах. Это указывает на то, что экологически ориентированный бизнес становится более привлекательным для потребителей.

В связи с растущей экологической осознанностью клиентов, услуги с соответствием экологическим трендам, становятся все более востребованными [3, с. 141], например, возрастает спрос на услуги по переработке отходов, экологически чистой уборке, экотуризму и т.п. Фиксируя эти импульсы, сервисные компании начинают активно внедрять экологические технологии и процессы в свою деятельность, чтобы удовлетворить потребности клиентов в экологически чистых продуктах и услугах. Это может быть использование возобновляемых источников энергии, снижение выбросов вредных веществ, использование биоразлагаемых материалов и т.д.

Предприятия в сфере сервиса, которые предлагают экологически чистые услуги, могут рассчитывать на увеличение спроса, ведь в настоящее время больше людей стремятся к экологически чистому образу жизни. Это отражается и на их предпочтениях в получаемых услугах [4, с. 20]. Например, многие потребители осознают важность переработки отходов и поддерживают программы по сбережению ресурсов, поэтому готовы оплачивать отдых в экологических гостиницах. Также возрастает спрос на экологически чистую уборку, когда используются биоразлагаемые средства и методы, не оставляющие следов на окружающей среде. Экологический туризм также становится все более



популярным: многие люди хотят провести свой отпуск в окружении природы, при этом не нанося ей вреда. Это могут быть походы в горы, каякинг, пешие прогулки и т.п. Такие сервисные предприятия предоставляют экологические услуги, получают преимущество на рынке и увеличивают свою клиентскую базу.

В современных рыночных условиях есть множество сервисных компаний, которые адаптировали производство товаров и предоставление услуг в соответствии с экологическими трендами [5, с. 522], например:

1. Эко-сервис. Фирма занимается переработкой отходов и созданием экологически чистых технологий. Он предоставляет услуги для широкого круга клиентов, включая коммерческие и промышленные предприятия, государственные и общественные организации, гостиницы, а также объекты здравоохранения и спорта из разных регионов России, также сотрудничает с зарубежными поставщиками.

2. Эко-отель «Русские сезоны». Гостиница в Карелии привлекает клиентов своим уникальным расположением на берегу озера и окружением лесом, что позволяет гостям наслаждаться природой и проводить время на свежем воздухе. Использование древесины и других натуральных материалов при строительстве номеров создает комфортную атмосферу. Энергосберегающие лампы и системы автоматического выключения света и кондиционеров помогают снизить нагрузку на окружающую среду и экономить ресурсы. Собственная ферма, где выращиваются овощи и фрукты, обеспечивает гостей свежей и здоровой пищей. Все это делает «Русские сезоны» привлекательным курортным местом для тех, кто ценит экологически чистый отдых и бережно относится к природе.

3. Coral Travel. Крупнейшая российская туристическая компания последние несколько лет стремительно разрабатывает экологические программы и инициативы, направленные на сохранение природы и культурное наследие регионов для будущих поколений. Одним из примеров служит программа «Зеленый отпуск». Клиенты «Coral Travel» могут выбрать экологически чистые туры, которые не только позволяют насладиться красотами природы, но и не наносят вред окружающей среде. При всем при этом, фирма активно продвигает использование местных ресурсов и поддержку местных сообществ. Также туроператор массово внедряет экологические технологии на своих объектах. Например, на курорте «Алые паруса» в Крыму была запущена система очистки сточных вод, которая позволяет сократить загрязнение моря и сохранить его экологическую чистоту.

4. Эко-Ивент. Компания работает с различными клиентами - от крупных корпораций до частных лиц, которые делятся общим интересом к сохранению природы. Она предлагает широкий спектр услуг: от организации экологических конференций и семинаров до проведения



экологических фестивалей и выставок. Посетители мероприятий получают уникальный опыт, который сочетает в себе заботу о природе и высокое качество организации. Потребительский сегмент компании – это люди, которые ценят экологические ценности и готовы участвовать в мероприятиях, которые направлены на их сохранение.

Сотрудники фирм используют серьезное отношение к состоянию экологического следа как конкурентное преимущество и тем самым привлекают больше клиентов. Это обусловлено тем, что потребители чувствуют собственную полезность, если приобретают услуги у экологически ориентированных компаний. Таким образом, экологические тренды становятся все более важными для клиентов сервисных предприятий. Игнорирование данного факта фирмой лишь повышает ее риск потери потенциальных лидирующих позиций на рынке. Компании же, которые успешно интегрируют экологические практики в свой бизнес, могут привлечь больше клиентов и увеличить свою прибыль [6, с. 100]. К тому же, такие хозяйствующие субъекты могут получить преимущества в отношениях с государственными органами в виде льгот по экологическим налогам.

В итоге, экологические тренды являются важным фактором для сервисных предприятий в рыночных условиях. Компании, которые готовы адаптироваться к этим трендам и внедрять экологические практики в свой бизнес, будут иметь больше шансов на успех и рост в будущем.

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

1. Григорьянц Е.И. Экологические тренды как способ управления поведением потребителя // Проблемы социокультурной и политической модернизации: человек, коммуникация, среда: материалы XII региональной научно-практической конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 18 – 19 мая 2018 года / Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова ; сост. и отв. ред.: И. А. Федоров; А. Я. Донин; В. Г. Лебедева. – СПб: Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет им. С.М. Кирова, 2018. – С. 57-61

2. Божук С.Г., Колотвина Е.Н. Мотивы и барьеры экологически ответственного поведения потребителей // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: Сборник трудов всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции, Санкт-Петербург, 30 мая – 02 2022 года. Том Ч. 4. – СПб: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2022. – С. 14-18

3. Куликова О.М., Тропынина Н.Е., Суворова С.Д. Мониторинг потребительского рынка РФ // Фундаментальные и прикладные



исследования в области управления, экономики и торговли: Сборник трудов всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции, Санкт-Петербург, 05 – 07 июня 2018 года. Том Ч. 3. – СПб: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2018. – С. 139-143

4. Напалкова А.А., Коваль М.К. Влияние потребительских ценностей на устойчивое поведение и выбор потребителями эко-товаров // Практический маркетинг. – 2019. – №1(263). – С. 15-26

5. Гнеушева А.А. Применение концепции экологического маркетинга на предприятии // Аллея науки. – 2018. – №11(27). – С. 521-526

6. Суворова С.Д., Луканченкова М.О. Влияние "eco-friendly" тенденций на поведение потребителей // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – №8(50). – С. 98-103

© Голяко Е.И., Фирстова М.А., 2023

УДК 330.34

## О КАТЕГОРИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ ЭКСПОНАТОВ (КАРТИН)

Гончаров Н.А., Зотикова О.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Категория «устойчивое развитие» получила достаточно широкое применение в разных сферах деятельности человека. Использовать это словосочетание можно к реальному процессу. Под процессом же можно понимать осуществление конкретного вида деятельности для достижения поставленных целей. Это может быть, начиная с государства в целом, предприятия, отдельного домашнего хозяйства и закаявая деятельностью соответствующего индивида. Сущность термина «устойчивое развитие» – одна из актуальных тем для исследования. С одной стороны, кажется, что понятие устойчивого развития – очень простое по своему смыслу, и может быть определено через самое себя: устойчивое развитие – это устойчивое развитие чего-либо. Однако не все так просто, как представляется на первый взгляд. Термин «устойчивое развитие», являющийся сложным [1], можно разделить на два простых термина – «устойчивость» и «развитие», и вот тут уже возможна многозначность. В чем заключается устойчивость чего-либо, и в чем заключается развитие его? Для того чтобы разобраться в этом вопросе, предлагается провести терминологический анализ понятия «устойчивое развитие», исследовать определения их в отечественных



энциклопедиях с проверкой их на примере трудовых взаимоотношений в картинной галерее.

Определения простых терминов «устойчивость» и «развитие» в Большой российской энциклопедии (БРЭ) отсутствуют, а представлено только определение сложного понятия «устойчивое развитие». В статье «Устойчивое развитие» БРЭ [2] словосочетание устойчивое развитие трактуется как концепция развития человечества, ориентированная на обеспечение социально-экономического роста при условии рационального использования природных ресурсов и сохранения окружающей среды. Категория устойчивого развития, по нашему мнению, также предполагает рационализацию использования ресурсов во всех сферах экономики, в то время как в БРЭ подчеркивается еще и экологический аспект.

При исследовании выявлено, что в Большой советской энциклопедии (БСЭ) отсутствует общее понятие устойчивости как отдельной категории. Устойчивость определяется только как математическая и физическая категория. Развитие же, с точки зрения авторов БСЭ, представлено в двух видах. Во-первых, этот термин определен как необратимое, направленное, закономерное изменение материальных и идеальных объектов [3]. Во-вторых, развитие – процесс тесно взаимосвязанных количественных и качественных преобразований [4]. Основные составляющие первого определения термина «развитие» (P1) продемонстрированы на рис. 1.



Рисунок 1 – Составляющие первого определения термина «развитие» на основе БСЭ

Второе определение термина «развитие» представляется очевидным и понятным в силу того, что оно сформулировано на основе так называемого «закона перехода количества в качество и обратно». По утверждению Ф. Энгельса, «... в природе качественные изменения – точно определенным для каждого отдельного случая способом – могут происходить лишь путем количественного прибавления либо количественного убавления материи или движения (так называемой энергии)» [5]. Впоследствии физические основы изменения массы и энергии были сформулированы в 1905 году А. Эйнштейном в форме концепции эквивалентности массы и энергии: «Масса тела есть мера содержащейся в нем энергии; если энергия изменяется на величину  $L$ , то масса меняется соответственно на величину  $L/(9 \cdot 10^{20})$ » [6], и, поясняя этот факт, Эйнштейн добавлял, что «... масса тела меняется при изменении ее энергии, каков ни был бы характер этих изменений» [7]. Отсюда можно





вывести следующее определение: развитие является процессом количественных и качественных преобразований массы в энергию, и наоборот, как это показано, например, в виде составляющих второго определения термина «развитие» на основе БСЭ (рис. 2).



Рисунок 2 – Составляющие второго определения термина «развитие» на основе БСЭ

Однако в этом определении термина «развитие» (P2) отсутствует любая другая характеристика этих преобразований, в то время как в первом есть такая характеристика. Исходя из первого определения понятия «развитие», необходимо детально исследовать, что понимается под закономерностью, направленностью и необратимостью.

Трактовка закономерности в БРЭ – это относительно устойчивая и регулярная взаимосвязь между явлениями и объектами реальности, проявляющаяся в процессах изменения и развития [8]. Закономерность сама по себе не обязательно означает экономический рост. Например, оставленная на длительный срок картина художника без должной организации хранения закономерным образом будет портиться в результате воздействия солнца, температуры или влаги, что для картинной галереи убыточно.

Направленность – это реализация выполняющим некоторого процесса, которая в результате приближает к достижению цели процесса. Направленность процесса тоже может быть как в положительную сторону, так и в отрицательную. Синоним направленности – целеустремленность. Это легко подтвердить рядом логических умозаключений на примере частной картинной галереи, которая получает основной доход от взимания платы за осмотр своих экспонатов (картин). Работник картинной галереи (например, сотрудник, отвечающий за сохранность произведений искусства), недовольный условиями труда, имеет возможность устроить саботаж на своем рабочем месте, например, сознательно допустив гибель всех картин в результате воздействия влаги. Будет ли его деятельность направленной? Несомненно, да. Причем, направленной на отрицательный результат, как для частной галереи, так и для себя, потому что гибель всех картин грозит организации банкротством, и, как следствие, потерей сотрудником места своего трудоустройства или даже его наказанием за уничтожение произведений искусств и принесенный им ущерб, что предусмотрено законом. Будет ли его деятельность закономерной? Так, это будет зависеть от субъективной характеристики объекта, т.е. субъективной



характеристики самого сотрудника. Такой характеристикой могут выступать, например, ценностные ориентации сотрудника или его ошибка при попытке выбрать наиболее рациональное решение, т.е. его ошибки логики мышления.

Даже если условия труда в организации действительно невыносимы, например, заработная плата не выплачивается в течение длительного срока, то и в этом общем случае реакцию работника в виде саботажа можно всё-таки считать нелогичной и неразумной. Более логичным выглядит уход обиженного работника с места работы. Но, опять же, он может быть поставлен в такие условия, что уйти с работы не представляется возможным, например, из-за отсутствия предложений на рынке труда по его специальности или это невозможно из-за географических особенностей проживания этого сотрудника.

Таким образом, логичность и закономерность не являются синонимичными понятиями, т.е. это две разные категории. Логичность предполагает рациональный выбор, следующий из изначальной посылки, а закономерность – это просто необходимое следствие из посылки, не более того. Поэтому при суждении о закономерности того или иного действия работника следует учитывать его субъективную сущность. Если присутствует некоторая изначальная посылка, из которой необратимо следует уничтожение картины, например, принятое сотрудником решение о рациональности такого действия (что в действительности ошибочно и рациональным не является – уничтожение картины может повлечь как потерю этой работы, так и потерю репутации хорошего работника, а также законодательную ответственность за причиненный ущерб). Именно тогда и только тогда можно считать уничтожение картины закономерным.

И, наконец, третья часть определения – необратимость процесса. Уточним вначале суть этого понятия, так как, по утверждению И. Пригожина, необратимость принадлежит к числу вопросов, над решением которых билось не одно поколение исследователей [9]. В.С. Степин полагает, что необратимость процессов развития сама по себе – есть невозможность снова воссоздать начальное состояние процесса [10]. Иначе говоря, это невозможность возвращения в исходную точку к такому же состоянию. Теперь следует определить, являются ли действия работника необратимыми? Картина, уничтоженная работником, может быть написана художником заново. Но средняя длительность написания картины может варьироваться, в зависимости от трудовых способностей художника и даже наличия или отсутствия у него вдохновения, как бы то ни было, срок этот достаточно продолжителен. Кроме этого, может быть уничтожено полотно уже умершего художника, который из-за вполне очевидной причины не сможет воссоздать свою работу, и даже, если другой художник восстановит картину, то это будет уже копия, которая по ценности будет



отличаться от оригинала. Допустим, что на выставке у картинной галереи была только одна эта картина, на которой галерея зарабатывала прибыль (например, оригинал кисти Рембрандта) и никаких других фондов более, а нераспределенной прибыли от продажи билетов и абонементов не хватит на покупку другой оригинальной работы Рембрандта. Если переменные затраты, связанные с выставочной деятельностью, будут сведены к нулю, то постоянные затраты все равно останутся, даже если допустить, что заработная плата работникам не выплачивается (ранее отмечали, что конфликт между работником галереи и организацией начался из-за невыплаты заработной платы), все равно останутся. Например, в виде отчислений на социальные нужды и налогов. Значит, высока вероятность банкротства и ликвидация картинной галереи. Поэтому утрата картин применительно к их возможной экспозиции в галереи необратимый процесс. Необратимость сама по себе не является развитием, необратимым может быть процесс, не вызывающий роста сам по себе. Сжигание картины есть необратимый процесс. Не является ростом и необратимость в совокупности с направленностью и закономерностью. Например, если работником принято решение об уничтожении картины вследствие невыплаты заработной платы, то этот процесс уничтожения является: во-первых, закономерным (является им, так как решение сотрудником уже принято, хотя выше было показано, что оно не является рациональным), во-вторых, необратимым, и, в-третьих, направленным на некий результат (пусть и отрицательный).

Следовательно, первое определение термина развития в БСЭ не несет в себе требования роста, что вступает в явное противоречие с понятием в БРЭ. Это корректирует второе определение термина развития в БСЭ. Рост, по нашему мнению, должен быть неотъемлемой частью развития любого процесса, поэтому первую точку зрения БСЭ на определение термина развития стоит считать недостаточной. Поэтому на основе проведенного исследования термина развития было синтезировано авторское определение категории устойчивого развития относительно коммерческих организаций. Предлагается следующая формулировка категории устойчивого развития применительно к экономике коммерческой организации. Устойчивое развитие – это процесс непрерывного движения организации от своего начального состояния к следующему, на каждом из которых осуществляется хотя бы единичный количественный и/или качественный рост характеристик организации.

Основные составляющие категории устойчивого развития (УР) относительно организаций представлены на рис. 3.





### Рисунок 3 – Составляющие категории устойчивого развития

Формулировка категории устойчивого развития, базирующаяся на результатах исследования существующих характеристик определения термина «развитие», согласуется с основными понятиями в БРЭ и со вторым определением в БСЭ. В виде приоритетных двигателей устойчивого развития следует выделить разработку и реализацию научно-технических и продуктивных нововведений, прежде всего, направленных на количественный и/или качественный рост применения современной техники, например, в процессе автоматизации трудоемких операций и при оперативном решении задач на основе искусственного интеллекта, что будет способствовать экономическому росту организаций.

#### Список использованных источников:

1. ГОСТ Р ИСО 704-2010 Терминологическая работа. Принципы и методы (переиздан в 2020 г.).
2. Устойчивое развитие // Большая российская энциклопедия: [в 35 т.] / гл. ред. Ю.С. Осипов. – М.: Большая российская энциклопедия, 2004-2017.
3. Развитие / Э.Г. Юдин // Проба - Ременсы. – М.: Советская энциклопедия, 1975. – С. 409-410. – (Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / гл. ред. А.М. Прохоров; 1969-1978, т. 21).
4. Развитие организма / Э.Г. Юдин // Проба - Ременсы. – М.: Советская энциклопедия, 1975. – С. 409-410. – (Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / гл. ред. А.М. Прохоров; 1969-1978, т. 21)., С. 411.
5. Энгельс Ф. Диалектика природы // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения: в 39 т. М.: Политиздат, 1955-1974. Т. XX. 1961. С. 297.
6. Эйнштейн А. Зависит ли инерция тела от содержащейся в нем энергии? // Эйнштейн А. Собрание научных трудов: в 4 т. М.: Наука, 1965. Т. I., С. 38.
7. Эйнштейн А. Закон сохранения движения центра тяжести и инерция энергии // Эйнштейн А. Собрание научных трудов: в 4 т. М.: Наука, 1965. Т. I., С. 39.
8. Закономерность // Большая российская энциклопедия: [в 35 т.] / гл. ред. Ю.С. Осипов. – М.: Большая российская энциклопедия, 2004-2017.
9. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса: Новый диалог человека с природой. / Пер. с англ. Под ред. В.И. Аршинова, Ю.Л. Климонтовича и Ю.В. Скачкова. – М.: Прогресс, 1986. – 432 с., С. 62.



10. Степин В.С. Философия науки. Общие проблемы. / Учебник для аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук. – М.: Гардарики, 2006. – 384 с., С. 324.

© Гончаров Н.А., Зотикова О.Н., 2023

УДК 330.34

## ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ДОКЛАДА БРУНТЛАНН

Гончаров Н.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Категория устойчивого развития – это словосочетание активно используется на протяжении вот уже почти нескольких десятилетий. Аспекты этой категории активно исследуются отечественными и зарубежными специалистами. При этом следует отметить тот факт, что до сих пор существует ряд разногласий по поводу точного содержания этой категории. Большая российская энциклопедия трактует словосочетание «устойчивое развитие» как концепцию развития человечества, ориентированную на обеспечение социально-экономического роста при условии рационального использования природных ресурсов и сохранения окружающей среды [1]. С точки зрения автора, применительно к предприятиям категорию устойчивого развития можно определять как процесс непрерывного движения организации от своего начального состояния к следующему, на каждом из которых осуществляется хотя бы единичный количественный и/или качественный рост характеристик организации. Оба этих определения, несмотря на некоторые различия, содержат одну общую идею – тот, кто следует концепции устойчивого развития, проводит постоянные улучшения над собой (это может быть человек, предприятие, и даже государство в целом), которые в конечном итоге позволяют увеличить жизненный цикл этого субъекта. Однако обозначенные ранее разногласия в понимании составляющих концепции устойчивого развития могут привести к недопониманию между участниками процесса улучшения состояния субъекта, которые способны причинять значительные потери, чему можно привести два примера.

Для абитуриента университета, например, длительный внутренний спор о том, какое из направлений обучения следует выбрать для своего развития как специалиста, может в итоге привести к тому, что он попросту не успеет подать документы и в этом году, например, вообще не сможет





поступить в желаемое заведение. При этом если бы этот абитуриент принял концепцию устойчивого развития как внутреннюю идеологию для себя, то он понимал бы, что его выбор должен быть подкреплен рациональностью. Конечно, нельзя наверняка утверждать, что это сразу бы решило его проблему, и он смог бы сделать рациональный выбор быстро, однако, можно утверждать, что вероятность принятия такого выбора была бы несколько выше.

Разногласия между собственниками предприятия в контексте того, как должен развиваться их бизнес, также могут привести к значительным потерям, и даже к банкротству компании. При этом если бы собственники вкладывали одинаковый смысл в идею устойчивого развития своего предприятия, возможность возникновения таких потерь, полагаю, могла бы быть снижена: была бы выше вероятность того, что они смогут прийти к консенсусу, который, хотя и не устраивает их обоих абсолютно во всем, но, по крайней мере, позволяет им не допустить серьезных потерь, хотя бы и за счет некоторой небольшой личной жертвы каждого в угоду общему делу.

Таким образом, в понимании концепции устойчивого развития на уровне отдельных субъектов существует проблема. В текущей статье предлагается вернуться к истокам концепции устойчивого развития и исследовать одну из первых крупных работ, в которой было заявлено об этой идее как главенствующей для всего мира. Такой работой является доклад под названием «Наше общее будущее», сделанный в 1987 году группой экспертов, входивших в Международную комиссию по окружающей среде и развитию при Организации Объединённых наций (ООН) [2, с. 12]. Руководителем этой группы была Премьер-министр Королевства Норвегия Гру Харлем Брунтланн (норв. Gro Harlem Brundtland; в отечественной научной литературе закрепился вариант передачи фамилии Брундтланд, однако правильной транслитерацией этого имени на русский язык является Брунтланн [3, с. 160], и автор статьи будет придерживаться этого написания), и в результате этот доклад получил известность также как «доклад Брунтланн». Предлагается проанализировать точку зрения авторов доклада на категорию устойчивого развития, а также сделать вывод о том, какие положения из этого доклада актуальны сейчас и могут помочь в решении проблемы разногласий в области понимания содержания категории устойчивого развития.

Концепция устойчивого развития в докладе Брунтланн определена следующим образом: устойчивое развитие – это развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но которое не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности [2, с. 69]. При этом автор доклада выделила два ключевых понятия для этой категории – потребности и ограничения.



При этом в понятие потребностей вкладывается смысл тех потребностей, которые жизненно необходимы для существования бедных людей мира [2, с. 69]. Именно эти потребности должны иметь первейший приоритет. Под ограничениями в докладе понимаются те из них, которые зависят от влияния нынешнего состояния технологий, а также настроения общества в целом, на способность окружающей среды удовлетворять нынешние и будущие потребности [2, с. 69].

В целом, понимание этих категорий значительно не изменилось к настоящему моменту. Проблема поиска баланса между потребностями и ограничениями – это извечная задача экономики ещё с древнейших времён, в теории удачно сформулированная П. Самуэльсоном в виде трёх вопросов: «что производить?», «как производить?» и «для кого производить?» [4, с. 14]. При этом в докладе Брунтланн явно подчеркиваются экологический и социальный аспект устойчивого развития, что также отражено в и отечественном понимании устойчивого развития – сравним определение в докладе с определением в статье БРЭ, например [1]. Полагаю, что это является актуальным и в наше время. Необходимо всегда подчеркивать, что концепция устойчивого развития предприятия предполагает не только максимизацию его прибыли в долгосрочном периоде, но и социальную, и экологическую ответственность, как перед своими работниками, так и перед населением муниципалитета, региона, страны в целом (в зависимости от масштабов деятельности предприятия). Максимизация прибыли предприятием не должна достигаться в ущерб культурным, социальным, экологическим, этическим нормам поведения, в противном случае такое предприятие будет подобно тому дровосеку, который рубит сук, на котором он сидит. Вред экологии, обществу, помимо ущерба для ныне живущих людей, наибольший вред несет именно поколениям будущего, и именно от нас, живущих сейчас, во многом зависит то, в какой экологической, культурной среде будут расти и развиваться будущие поколения.

В качестве основной задачи устойчивого развития в докладе обозначено удовлетворение человеческих потребностей и стремлений. При этом устойчивое развитие требует удовлетворения потребностей всех, а не лишь отдельных людей, стран, континентов и других социальных групп. Если в каком-то отдельно взятом регионе удовлетворение базовых потребностей не выполняется, то решением этого служит экономический рост данного региона. Однако, потенциалы экономического роста – не единственный инструмент устойчивого развития. Докладчик подчёркивает, что в современных развитых странах зачастую потребности выходят за рамки экологических возможностей природы, прежде всего, в вопросе потребления энергоносителей [2, с. 70]. Поэтому одним из аспектов идеологии устойчивого развития является внедрение такого



понятия как «норма потребления». Эта норма означает, что субъекты – люди, предприятия, государства – должны не только думать о том, как максимально обеспечить свои потребности с учетом имеющихся ресурсных ограничений. Они должны понимать, что природные ресурсы в принципе ограничены, и существуют потребности, удовлетворение которых может привести к разрушительным и катастрофическим последствиям. Поэтому ключом к решению проблемы устойчивого развития является также прививание культуры умения отказаться от тех потребностей, которые разрушает экологию, социально-культурные традиции, ведет к обнищанию населения планеты. Брунтланн задаётся вопросом – как убедить людей действовать в общих интересах? Ответ, по её мнению, заключается в «... воспитании, в организационном развитии и в соблюдении законов» [2, с. 73]. Добавим к этой идее ещё только одну фразу американского мыслителя Э. Тоффлера о том, что «определённые широкомасштабные экологические вмешательства могут быть отсрочены или вообще запрещены, возможно, в соответствии с принципом: если вторжение в природу слишком велико или стремительно по своему действию, которое можно отследить и, вероятно, исправить, его не должно быть» [5, с. 484].

В докладе выдвигается стратегия достижения устойчивого развития. В ней выделяется несколько этапов:

1. Оживление экономического роста, особенно в странах с развивающейся экономикой [2, с. 76]. При этом такой рост должен осуществляться вкупе с ростом доходов населения этих стран, иначе устойчивое развитие не достигается.

2. Изменение качества роста [2, с. 79]. Количественный рост должен быть сопряжен со снижением материалоёмкости, энергоёмкости технологий, а также стремиться к наиболее справедливому распределению природных богатств. При планировании и осуществлении процессов развития экономики важно учитывать имеющиеся капитальные резервы в наличии у хозяйственных субъектов.

3. Удовлетворение основных потребностей людей [2, с. 82]. При этом упор следует делать на удовлетворение потребностей, обеспечивающих выживание в наиболее бедных странах мира со слаборазвитой экономикой. Прежде всего, речь идет о продуктах питания и воде, а также о топливной зависимости, и в докладе, прежде всего, подчеркивается древесная и угольная топливная зависимость, как наиболее доступные для этих стран ресурсы, но наименее эффективные.

4. Обеспечение устойчивого уровня населения [2, с. 84]. Здесь подчеркивается взаимосвязь устойчивого развития с ростом народонаселения Земли, и здесь инструментом контроля является грамотная демографическая политика стран. На момент опубликования





доклада в 1987 году народонаселение планеты составлял 1,15 млрд. человек, и комиссия при ООН спрогнозировала высокий рост численности населения – до 3,85 млрд. человек к 2025 году [2, с. 84], причём в большей степени речь шла об Африке, и в меньшей – об Азии. Сейчас же можно говорить, что прогноз оправдался наполовину – действительно, рост населения за эти 40 лет был очень высоким – настолько, что в 2022 году численность людей на планете превысила цифры в 8 млрд. [6, с. 3], однако наиболее весомый вклад в этот рост внесли азиатские страны – Индия, Китай, Индонезия и Пакистан.

5. Сохранение и развитие базы ресурсов [2, с. 86]. По мнению авторов доклада, вопросы сохранения природы не должен ограничиваться только развитием, это, прежде всего, – моральный долг по отношению к будущим поколениям [2, с. 86]. Особое внимание следует уделять рыбным и лесным ресурсам, которые, хотя и являются восполняемыми, но их возобновление имеет значительно более длительный срок, нежели их истощение. Также подчеркнута проблема накопления отходов от использования топливных ресурсов. На текущий момент эта проблема также является актуальной и в России, несмотря на то, что имеет место постепенный переход к более экологичным методам хозяйствования и внедряется на государственном уровне концепция переработки и вторичного использования бытовых отходов, по-прежнему существуют проблемы. Например, в государственном докладе Минприроды России о состоянии экологии в стране за 2021 год было указано, что общее количество выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух увеличилось на 0,3% по сравнению с 2020 годом [7, с. 677].

6. Реориентация технологий и контроль рисков [2, с. 90]. Здесь речь, прежде всего, идёт о необходимости увеличения экологичности технологических процессов. Указывается роль технологии как соединительного звена между человеком и природой [2, с. 90]. Если рассматривать и человека как составляющую часть природы, то можно утверждать, что эта идея в докладе вполне согласуется с метким выражением К. Ясперса: «техника господствует над природой посредством самой природы» [8, с. 122].

7. Охват окружающей среды и экономики процессом принятия решений [2, с. 91]. Утверждается, что экономические и экологические соображения не противоречивы между собой. Однако проблемы зачастую возникают из-за невысокой мобильности хозяйственных учреждений, а также из-за слепой веры в то, что наука всё равно когда-нибудь придумает способ восстановить разрушенную экосистему в результате разрушительного антропогенного воздействия. Концепция устойчивого развития должна предполагать наличие широкой ответственности за принятые решения, которые привели к экологическому, социальному,



культурному и другому ущербу. При этом такая ответственность должна, опять-таки, подкрепляться не только законодательством страны, но и общим уровнем воспитания индивидов общества. Автор статьи полагает, что если с ответственностью на юридическом уровне сейчас в России нет значительных проблем, то вторая проблема будет актуальна всегда. Как воспитать в человеке любовь к природе, уважение к потребностям других людей, умение отказаться от собственной потребности во благо справедливого распределения ресурсов среди более нуждающихся слоев населения? Большую работу сейчас в этом направлении проводит государство, а также значительную роль играют образовательные учреждения на всех уровнях: начиная от детских садов и школ, и заканчивая институтами и университетами. Однако, несмотря на такие высокие стремления, мы по-прежнему ещё не пришли к идеальному обществу, в котором эти проблемы были бы решены. И, наверное, с точки зрения автора, во многом решение этой проблемы кроется в самих людях – крайне трудно будет «привить» человеку высокие этические нормы, если он сам своим разумом не примет их и не одобрит. Поэтому полагаю, что самым важным в деле переустройства экономики страны на рельсы концепции устойчивого развития – это, прежде всего, переустройство лично самого себя на эту концепцию. Это – личное дело каждого, и только сам человек, в конце концов, должен решить для себя, разделяет он эту концепцию или нет.

В заключение предлагаю на основе концепции устойчивого развития, приведенного в отчете Брунтланн, сформулировать основные стратегические задачи устойчивого развития применительно к отдельным промышленным предприятиям.

Предприятию, разделяющему концепцию устойчивого развития, необходимо:

1) искать пути и варианты постоянного роста, как в количественном, так и в качественном выражении, показателей своей деятельности, однако каждый такой вариант необходимо оценивать также на соответствие перечисленным далее составляющим концепции;

2) всегда соотносить производимую продукцию с текущими потребностями конечных потребителей, а также оценивать возможные потребности будущих поколений человечества в той части, в которой возможно такое прогнозирование;

3) стремиться постоянно искать разумный баланс между максимизацией собственной прибыли и потребностями общества и экосистемы, в которой функционирует это предприятие;

4) постоянно заниматься мониторингом технологических новинок на рынке НИОКР в своей сфере деятельности, а также новшеств в сфере экологичности используемых ресурсов;



5) проводить мероприятия по продвижению концепции устойчивого развития среди собственных кадров, а также внедрять концепцию устойчивого развития в корпоративную культуру;

6) разработать ясную и чётко сформулированную систему ответственности за принятие решений на предприятии управленческим персоналом на всех уровнях менеджмента, при этом под ответственностью понимаются не только репрессивные, но и, даже в большей мере, поощрительные меры за успешные решения.

При этом важным является именно последовательное применение идей устойчивого развития на предприятии, однократные применения отдельных положений не дадут полезного эффекта и даже могут быть вредны.

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

1. Устойчивое развитие // Большая российская энциклопедия: [в 35 т.] / гл. ред. Ю.С. Осипов. – М.: Большая российская энциклопедия, 2004–2017.

2. Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР). – М.: ИНФРА-М, 2023. – 490 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1910867> (дата обращения: 12.05.2023).

3. Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур. – М.: «Р.Валент», 2001. – 200 с.

4. Самуэльсон П.А. Экономика / П.Э. Самуэльсон, В.Д. Нордхаус; [перевод с английского О.Л. Пелявского]. // 19-е изд., испр. и доп. – СПб: Альфа-Книга, 2018. – 1325 с.

5. Тоффлер Э. Шок будущего./ Под. ред. д.филос.н., проф. П.С. Гуревича. – М.: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 2002. – 577 с.

6. World Population Prospects 2022: Summary of Results. – N.Y.: Department of Economic and Social Affairs Population Division, 2022. – 38 p.

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. Ясперс К. Современная техника / Перевод на русский язык: М.И. Левиной // Новая технократическая волна на Западе: сборник статей: переводы., науч. совет при Президиуме АН СССР по филос. и социал. пробл. науки и техники; сост. и вступ. ст. П.С. Гуревича. – М.: Прогресс, 1986. – 450 с.

© Гончаров Н.А., 2023





УДК 65.011.56

## О ПЕРСПЕКТИВАХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙРОСЕТЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Гончаров Н.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Браславский О.М.

*Автономная некоммерческая организация профессионального образования  
«Московский областной колледж информации и технологий», Подольск*

Предпринимательство – ключевая составляющая рыночного механизма любой страны с развитой экономикой, в состав которых входит и Российская Федерация. Благодаря предпринимательской деятельности создаются как новые социальные объекты, необходимые для комфортного проживания людей, так и развиваются инновационные проекты, которые способствуют увеличению уровня жизни населения, а также росту технологического и научного потенциала страны. А появление цифровых систем в современном мире в значительной мере способствует облегчению процессов создания и ведения предпринимательской деятельности.

Что же такое предпринимательство? Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации [1], предпринимательство или предпринимательская деятельность – это осуществляемая индивидом на свой собственный риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от владения имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Как следует из определения, предпринимательская деятельность – это деятельность человека или группы людей, которая, в первую очередь, направлена на систематическое получение прибыли от каких-либо коммерческих действий: продажу каких-либо товаров или оказание услуг, сдачу в аренду имущества, выполнение работ и т.д. Но предпринимательство – это не только получение денег. Ведь для того, чтобы получать доход, должен быть в наличии какой-нибудь «инструмент» или проект, который будет приносить прибыль.

Как раз этот «инструмент» для получения прибыли и есть то, что дополняет экономику страны и обеспечивает комфортную жизнь людей. Это могут быть социальные объекты (недвижимость, кафе, парикмахерские и т.д.). Это могут быть и какие-то инновационные проекты или идеи (новый смартфон, инновационная программа, и даже научная работа).



В чем же заключается польза от предпринимательства как вида хозяйственной деятельности? Во-первых, значительная часть социальной инфраструктуры в городах и сёлах страны создается сейчас за счет предпринимательской деятельности. Большая часть кафе, магазинов, парикмахерских функционируют на основе предпринимательства, жилые комплексы возводятся крупными частными строительными фирмами, часть образовательных услуг представлена частными учебными заведениями. Во-вторых, предпринимательство – это один из источников развития технологического, промышленного и научного потенциала страны. Значительная доля инновационных проектов, которые влияют на повышение уровня развития научного и технологического суверенитета России, создаются именно предпринимателями. В-третьих, предпринимательство ставит перед собой задачу получения прибыли, с которой государством взимаются установленные законодательством налоги и сборы, что способствует увеличению средств государственного бюджета. В-четвертых, частное предпринимательство – одно из самых важных составляющих суверенитета экономики страны, что особенно ощущается в последние годы. В связи с санкциями, введенными рядом зарубежных стран, возникли ограничения или были полностью прекращены поставки отдельных видов продукции зарубежного производства, актуальность предпринимательской деятельности выросла в стране и новые технологические проекты активно поддерживаются Правительством России рядом государственных мер, в том числе путем грантов, снижения налогов и, даже частичного погашения расходов. Например, в рамках мер по поддержке цифровизации экономики и развития IT-отрасли в России установлена пониженная ставка по налогу на прибыль в размере 3 % для компаний, занятых в области информационных технологий [2]. Также активно поддерживается импортозамещение не только производственной продукции, но и цифровых технологий. В частности, Президент России В.В. Путин 1 мая 2022 года подписал указ «О дополнительных мерах по обеспечению информационной безопасности Российской Федерации» [3], а 20 мая на расширенном заседании Совета Безопасности Российской Федерации прямо заявил, что путь к реализации максимальной защиты государственных процессов цифровизации от любого потенциального негативного воздействия извне – это переход на отечественную технику, технологии, программы и продукты [4]. По словам Премьер-министра страны М.В. Мишустина, крайне важной является государственная поддержка российских компаний, которые попадают под санкции разного рода [5].

Однако не все происходит так гладко, как хотелось бы, и рано или поздно предприятия сталкиваются с проблемами, которые могут привести к банкротству и ликвидации компании, что негативно сказывается на



экономике страны. Причины закрытия могут быть разные и зависеть от экономической ситуации рынка в стране, а также неэкономическими факторами, например в 2020 году такой причиной послужила «коронавирусная инфекция COVID-19», признанная пандемией Всемирной организацией здравоохранения [6]. По данным опроса компании «Эвотор», который проводился в марте 2020 года на фоне карантинных мероприятий, порядка 36% владельцев и руководителей салонов красоты, парикмахерских и спа-салонов в Москве решили закрыть или продать свой бизнес после простоя из-за финансовых проблем и снижения спроса [7]. При этом сразу после послабления ограничений в июне 2020 года «Эвотор» зафиксировал рост оборота малого бизнеса почти в полтора раза по сравнению с мартом этого же года [8].

По мнению экспертов экономического портала Executive.ru, главные причины закрытия предприятий кроются в следующем [9]: проблемы с уплатой налогов; низкая маржинальность и высокая доля косвенных затрат; отсутствие управленческого учета в малом и среднем бизнесе.

Следует отметить, что государство предпринимало активные меры для поддержки предпринимателей в условиях пандемии. Например, для предприятий малого и среднего бизнеса был введен мораторий на плановые проверки компаний со стороны государственных органов [10]. Были организованы льготные системы кредитования «ФОТ 1.0», «ФОТ 2.0» и «ФОТ 3.0» для компаний, входящих в перечень отраслей экономики, пострадавших от коронавирусных ограничений, специально для формирования фонда оплаты труда сотрудников и недопущению задержек по выплату заработной платы, при этом, по словам Министра экономического развития страны М.Г. Решетникова, 45% выданных кредитов приходится на две сферы бизнеса – это сфера общественного питания и гостиничный бизнес [11]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что чаще всего предприятия закрываются из-за финансовых проблем, которые возникают по большей части из-за изменчивости рынка страны, а также, из-за нехватки квалифицированных кадров, которые могли бы заранее обнаружить и грамотно принять меры по устранению различных проблем, а также адаптировать предприятие под новую экономическую ситуацию в случае ее изменения.

Предлагаем в качестве одного из вариантов, способствующих решению этой проблемы и снижению темпов банкротства предприятий идею, базирующуюся на увеличении использования нейросетевых технологий в предпринимательской деятельности, как составляющей части применения технологий искусственного интеллекта в цифровизации вообще [12], что является актуальным [13].

Нейронная сеть (нейросеть) – логическая структура, составленная из формальных нейронов [14]. Нейрон – это электрически возбудимая клетка



живого организма, которая предназначена для приёма, обработки, хранения, передачи и вывода информации с помощью электрических и химических сигналов. Нейрон состоит из трех частей – тела клетки, аксона и дендритов (рис. 1). Тело клетки – хранилище и обработчик информации, поэтому именно там решается, куда полученную информацию следует отправить и в каком виде. Информацию тело клетки получает из коротких отростков – дендритов, а передает следующему нейрону по длинному отростку, называемому аксоном. При этом сама информация переносится от аксона одного нейрона к дендриту другого посредством нейромедиатора (биологически активного химического вещества) или иона (молекулы с электрическим зарядом) через синапс – место контакта между нейронами или нейроном и другими клетками живого организма.

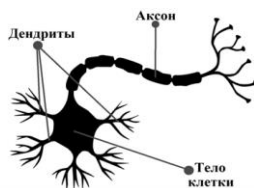


Рисунок 1 – Строение клетки нейрона биологического организма

Общий принцип работы нейронов живых существ, не вдаваясь в сложные биологические подробности, можно описать следующим образом: какая-либо внешняя информация (раздражитель), переходит через нервную систему в нейрон, где обрабатывается и передается следующему нейрону до тех пор, пока не будет подобрана наиболее подходящая реакция на раздражитель, которая возвращается в форме внутренней информации. Следует отметить, что представленная последовательность работы биологических нейронов мозга живых существ позволяет наглядно понимать общий принцип восприятия и переноса информации. Этот принцип был использован для построения искусственной нейронной сети, реализуемой посредством компьютерных технологий. По утверждению международной электронной энциклопедии «Википедия», искусственная нейронная сеть – математическая модель, а также её программное или аппаратное воплощение, построенные по принципу организации и функционирования биологических нейронных сетей – сетей нервных клеток живого организма [15]. Строение простейшей нейронной сети можно описать при помощи математической модели, называемой перцептроном, которую предложил в 1957 году американский ученый Фрэнк Розенблатт [16]. Принцип работы перцептрона сходен с работой биологического нейрона.

Переформулируем определение простыми словами: нейросеть – это технология программы искусственного интеллекта, работающая по принципу головного мозга человека. Такая программа может обучаться, анализировать данные и на основе данных, решать различные задачи. В 2023 году нейросети уже умеют писать связные тексты, рисовать, и даже,



иногда, сами помогают разрабатывать компьютерные программы и решать сложные математические задачи. Эти навыки нейросетей будут очень полезны предпринимателям для ведения своего бизнеса и разработки новых проектов, а также смогут заменить некоторые компетенции сотрудников, которых в компании не хватает.

Чем нейронная сеть может быть полезна предпринимателям? Нейросети превосходно могут анализировать и обрабатывать информацию, и на ее основе решать сложные задачи. В предпринимательской деятельности нейросети могут выполнять множество различных функций, которые помогут развить бизнес и даже спасти его, оповестив о возможной опасности. Эта технология сможет анализировать рынок и на его основе подбирать параметры для бизнеса или проекта, анализировать и просчитывать возможные риски, реальную стоимость, будет ли выгоден этот проект или бизнес и помогать предпринимателю в принятии решений в вопросах создания бизнеса (или проекта), его развития или адаптации. Нейросеть способна анализировать работу предприятия и в нужный момент оповещать об опасности (например, о неуплате налога или о нарушении законодательства РФ), которая может привести к различным проблемам и к банкротству бизнеса. Технология сможет, используя компьютерные аналитические возможности, успешно решать вопросы рекламы или подбора персонала по заданным критериям. В случае острой нехватки кадров, из-за чего в компании могут начаться проблемы, нейросеть может выполнять функциональные задачи некоторых специалистов. Таким образом, получится увеличить вероятность успешного начала проекта или бизнеса, а также уменьшить вероятность его закрытия, что придаст начинающим предпринимателям больше уверенности при реализации своих идей, а также положительно скажется на экономике страны, на ее научном и технологическом потенциале.

Как это можно реализовать? Предлагается создание специальной информационной системы (программы или бота), которая будет с помощью нейронной сети собирать необходимые данные (вручную администрацией предприятия или автоматически через информационные системы и интернет), обрабатывать их, решать поставленные задачи и оповещать о результатах, подсказках или об опасности. Программы могут быть также реализованы в виде панели с информацией о работе предприятия, с которой активно взаимодействуют как сотрудники компании, так и нейросеть для решения задач.

Подход использования нейросетей является также высокоэкономичным решением в области кадровой политики компании. Ведь вместо найма дополнительных сотрудников, занимающихся экономическими, юридическими вопросами, вопросами маркетинга и





кадровой политики, достаточно будет приобрести одну программу с технологией нейронной сети, которая способна сама решать эти вопросы для компании.

### **Список использованных источников:**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 14.04.2023, с изм. и доп., вступ. в силу с 28.04.2023).

2. Федеральный закон от 31.07.2020 N 265-ФЗ (ред. от 23.11.2020) «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации».

3. Указ Президента Российской Федерации от 01.05.2022 г. № 250 «О дополнительных мерах по обеспечению информационной безопасности Российской Федерации».

4. Путин В.В. Заседание Совета Безопасности РФ // kremlin.ru. 2020. <http://www.kremlin.ru/events/security-council/68451> (дата обращения 07.05.2023).

5. Мишустин М.В. Совещание по повышению устойчивости развития российской экономики // Правительство РФ. 2020. <http://government.ru/news/44677/> (дата обращения 10.05.2023).

6. Заявление для общественности о сотрудничестве в области разработки вакцин против COVID-19 // Всемирная организация здравоохранения. 2020. <https://www.who.int/ru/news-room/detail/13-04-2020-public-statement-for-collaboration-on-covid-19-vaccine-development> (дата обращения 08.05.2023).

7. Бизнесы закрываются из-за разногласий с арендодателем, падения спроса и финансовых проблем // Эвотор. 2020. <https://evotor.ru/research/biznes-y-zakryvayutsya-iz-za-raznoglasij-s-arendodatelem-padeniya-sprosa-i-finansovyh-problem/> (дата обращения 07.05.2023).

8. Оборот московского малого бизнеса вырос в полтора раза после смягчения ограничений // Эвотор. 2020. <https://evotor.ru/research/analitika-evotora-oborot-moskovskogo-malogo-biznesa-vyros-v-poltora-raza-posle-smyagc-heniya-ogranichenij/> (дата обращения 07.05.2023).

9. Почему в России закрываются компании? // Портал Executive.ru. 2020. <https://www.e-executive.ru/finance/novosti-ekonomiki/1991150-pochemu-v-rossii-zakryvautsya-kompanii/> (дата обращения 06.05.2023).

10. Постановление Правительства РФ от 10.03.2022 N 336 «Об особенностях организации и осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля» (ред. от 10.03.2023).

11. Максим Решетников о первых итогах Программы льготного кредитования бизнеса ФОТ 3.0. Стенограмма. // Министерство экономического развития Российской Федерации. 2021.



[https://www.economy.gov.ru/material/news/maksim\\_reshetnikov\\_o\\_pervyh\\_ito\\_gah\\_programmy\\_lgotnogo\\_kreditovaniya\\_biznesa\\_fot\\_30.html](https://www.economy.gov.ru/material/news/maksim_reshetnikov_o_pervyh_ito_gah_programmy_lgotnogo_kreditovaniya_biznesa_fot_30.html) (дата обращения 06.05.2023).

12. Гончаров Н.А., Зотикова О.Н. Нейросетевые технологии в сфере высшего образования: перспективы и риски./Новые информационные технологии в образовании: Сборник научных трудов 13-й международной научно-практической конференции "Новые информационные технологии в образовании" (Технологии 1С для развития образования, мировых и отечественных практик автоматизации бизнеса) 31 января-1 февраля 2023 г. /Под общ. ред. проф. Д.В. Чистова. Часть 1.– М.: ООО "1С-Паблишинг", 2023. 485 с. – с.153-155.

13. Зотикова О.Н., Гончаров Н.А., Сенков В.А. Современные задачи искусственного интеллекта при построении цифровой экономики в России./ Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2021): сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Часть 3. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2021. – 309 с., с. 135-140.

14. Нейронные сети // Большая российская энциклопедия: [в 35 т.] / гл. ред. Ю.С. Осипов. – М.: Большая российская энциклопедия, 2004-2017.

15. Нейронная сеть // Википедия. 2023. Дата обновления: 06.05.2023. URL: <https://ru.wikipedia.org/?curid=22549&oldid=130262824> (дата обращения: 06.05.2023).

16. Розенблатт Ф. Принципы нейродинамики: Перцептроны и теория механизмов мозга / Перевод с англ. В.Я. Алтаева [и др.]; под ред. д-ра физ.-мат. наук С.М. Осовца. // М.: Мир, 1965. – 480 с.

© Гончаров Н.А., Браславский О.М., 2023

УДК 332.14

## АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ

Гончарук И.И., Герасенко В.П.

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

Данная научная работа посвящена анализу использования государственных инвестиционных фондов в развитии экономики на примере Республики Беларусь. В работе рассмотрены основные принципы работы государственных инвестиционных фондов, а также проведен анализ эффективности использования инвестиционных фондов в





экономическом развитии Беларуси. Результаты исследования показали, что государственные инвестиционные фонды могут эффективно использоваться в развитии экономики, однако для достижения наилучших результатов необходима более тщательная оценка проектов, финансируемых из данных фондов.

Государственные инвестиционные фонды (ГИФ) – это специальные фонды, созданные государствами для инвестирования в различные отрасли экономики с целью стимулирования роста и развития экономики страны. ГИФ могут использоваться для финансирования как государственных, так и частных проектов, их создание обычно осуществляется в рамках национальных инвестиционных стратегий и является одним из инструментов государственного регулирования экономики.

Республика Беларусь также использует государственные инвестиционные фонды для развития своей экономики. В настоящее время в Беларуси действуют два государственных инвестиционных фонда: Государственный инвестиционный фонд и Республиканский фонд развития научно-технического потенциала [1].

Рассмотрим основные принципы работы государственных инвестиционных фондов. Государственные инвестиционные фонды могут работать по разным принципам, однако к основным принципам работы таких фондов можно отнести следующие:

1. Целевое использование средств. ГИФ создаются для инвестирования в определенные отрасли экономики или конкретные проекты, что позволяет добиться максимальной эффективности использования инвестиций.

2. Финансирование на конкурсной основе. Финансирование проектов осуществляется на основе конкурса, который проводится с участием экспертов и представителей инвестиционного фонда. Проекты, прошедшие отбор на конкурсе, получают финансирование из государственного инвестиционного фонда.

3. Разнообразие инвестиционных инструментов. ГИФ могут использовать различные инвестиционные инструменты, такие как акции, облигации, инвестиционные фонды и другие, что позволяет диверсифицировать риски и достичь более высокой доходности.

4. Управление инвестициями профессиональными инвесторами. Управление инвестициями государственных инвестиционных фондов осуществляется профессиональными инвесторами, которые имеют опыт работы в финансовой сфере и обладают соответствующей квалификацией.

Проанализируем использование государственных инвестиционных фондов в развитии экономики Республики Беларусь. В Беларуси государственные инвестиционные фонды использовались для финансирования проектов в различных отраслях экономики, таких как



транспорт, энергетика, жилищно-коммунальное хозяйство, здравоохранение и другие.

Одним из примеров успешного использования государственного инвестиционного фонда является строительство Минской кольцевой автодороги. Данный проект был финансируван за счет Государственного инвестиционного фонда, что позволило существенно ускорить его реализацию и обеспечить более высокое качество выполнения работ.

Также государственные инвестиционные фонды в Беларуси использовались для развития научно-технического потенциала страны. Республиканский фонд развития научно-технического потенциала финансировал многие проекты, направленные на развитие науки и технологий, что способствовало повышению конкурентоспособности экономики страны в целом.

Однако, несмотря на положительные результаты использования государственных инвестиционных фондов, существуют и некоторые недостатки, которые могут ограничивать их эффективность в развитии экономики Республики Беларусь.

Один из недостатков заключается в том, что государственные инвестиционные фонды могут стать объектом политического вмешательства и манипуляций. В некоторых случаях решения о финансировании проектов могут приниматься не на основе их эффективности и потенциальной доходности, а на основе политических соображений или личных интересов руководства фонда [2].

Еще один недостаток заключается в том, что государственные инвестиционные фонды могут не всегда эффективно использовать выделенные им средства. Это может приводить к снижению доходности инвестиций. Кроме того, инвестирование в проекты в рамках государственных инвестиционных фондов может быть связано с рядом ограничений и бюрократических процедур, что также может затруднять их эффективность.

Наконец, одним из главных недостатков государственных инвестиционных фондов является их зависимость от состояния экономики страны. В условиях экономического кризиса и низкой доходности инвестиций, государственные инвестиционные фонды могут стать менее привлекательными для инвесторов, что может снизить их финансовую устойчивость и эффективность.

Таким образом, государственные инвестиционные фонды могут являться эффективным инструментом для развития экономики Республики Беларусь, но их использование также сопряжено с определенными рисками и недостатками. Для достижения максимального эффекта необходимо разработать эффективную стратегию управления инвестициями и



улучшить прозрачность и открытость процесса принятия решений о финансировании проектов.

**Список использованных источников:**

1. Национальная академия наук Беларуси. (2020). Цифровая трансформация. Основные понятия и терминология. Минск: Беларуская наука.

2. Бизнес-Компас. (2019). Государственные инвестиционные фонды в Республике Беларусь: опыт и перспективы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bc.by/gosudarstvennyye-investicionnyye-fondy-v-respublike-belarus-opyt-i-perspektivy/>. (Дата обращения: 24.04.2023).

© Гончарук И.И., Герасенко В.П., 2023

УДК 339.544

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ  
ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТРАНЫ ПРОИСХОЖДЕНИЯ ТОВАРОВ**

Городецкая М.К., Панова Е.О.

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

В сфере внешнеэкономической деятельности важное значение имеют сведения, касающиеся обстоятельств сделки. Одним из таких обстоятельств следует считать указание страны происхождения товара. Российская Федерация (далее – РФ), являясь участницей многих международных организаций, в этом вопросе должна следовать правилам, в них установленным.

Входя в состав Евразийского экономического союза, страна придерживается положений Таможенного кодекса Евразийского экономического союза (далее – ТК ЕАЭС), в главе 4 которого установлено, что относительно ввозимых товаров правила установлены в соответствии с Договором о ЕАЭС, а вывозимых – определяются Комиссией [1]. Также, являясь участницей Содружества Независимых Государств (далее – СНГ), РФ руководствуется другим документом, регламентирующим рассматриваемый вопрос, а именно – Соглашением о Правилах определения страны происхождения товаров в Содружестве Независимых Государств и включающим в себя ряд нормативных положений, которые следует учитывать в практике освещаемого вопроса. Исходя из данного документа, каждое государство, ратифицировавшее достигнутые договоренности, и на территории которого продукт был произведен, либо подвергся существенной переработке, соответствующей установленным нормам законодательства – это страна происхождения товара [2]. Не стоит забывать и то обстоятельство, что государство – член как Всемирной



таможенной организации, так и Всемирной торговой. С 22 августа 2012 года для РФ действует Соглашение по правилам происхождения товаров, развивающее положение, содержащееся в Конвенции об упрощении и гармонизации таможенных процедур. Правила происхождения касаются применения непреференциальных инструментов торговой политики.

Обращаясь к вопросу о том, как понять, какая страна является страной происхождения товара, нужно опираться на положения нормативно-правовой базы Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС, Союз). В зависимости от того, из какой страны ввозимый товар происходит (развивающейся или наименее развитой), существуют разные правила определения страны его происхождения. В ЕАЭС применяются единые правила определения происхождения товаров, ввозимых на его таможенную территорию. Памятка о правилах определения происхождения товаров при импорте в Евразийский экономический союз (утверждена Решением Совета Евразийской экономической комиссии 13.07.2018 № 49) [3] содержит указания, о том, что с 12 января 2019 года вступает в силу новая редакция Правил определения происхождения товаров, ввозимых на таможенную территорию Евразийского экономического союза (непреференциальных правил определения происхождения товаров) (далее Непреференциальные правила, Правила), конкретизирующая, как происходит определение происхождения товара. Условиями, позволяющими признать территориальную принадлежность товара в соответствии с Правилами, являются:

- признание товара, происходящим из страны, если он полностью получен или произведен в этой стране или подвергнут достаточной переработке в ней, если при производстве товара использовались иностранные материалы;

- полное получение или осуществление производственного цикла в конкретном регионе;

- достаточность переработки иностранных материалов.

В тех случаях, когда в ходе изготовления продукции применялось зарубежное сырье или заготовки, страна может быть признана производителем при наличии следующих обстоятельств:

- Операции, связанные с обработкой или производством, привели к изменению классификационного кода, определяемого гармонизированной системой описания и кодирования, на уровне одного из первых четырех знаков.

Стоимость использованных материалов, определенная по итогам расчета, не превышает 50% от итогового ценового значения.

В отношении продуктов, аналогичных ассортименту, подпадающему под законодательные меры, защищающие внутренний рынок, также





применяются остаточные критерии, в большинстве случаев позволяющие уточнить, где именно был реализован цикл изготовления:

если производственный процесс осуществлялся с использованием ресурсов, поступивших из одного региона, отличающегося от места их фактической обработки, в документах, декларациях и сертификатах, подтверждающих страну происхождения товаров, работ или услуг, по образцу указывается субъект поступления;

при задействовании материалов, происходящих из нескольких государств, приоритет определяется исходя из соотношения долевой стоимости всех компонентов.

Также в ЕАЭС действуют правила определения происхождения товара из развивающихся и наименее развитых стран, утвержденные Решением Совета Комиссии от 14.06.2018 № 60 (далее – Правила для РС и НРС). Эти страны также принято назвать странами-пользователями единой системы тарифных преференций Евразийского экономического союза.

Товар признается происходящим из страны-пользователя, если он полностью получен или произведен в стране-пользователе или подвергнут достаточной переработке в такой стране, если при производстве товара использовались иностранные материалы.

Критериями определения страны происхождения для данных стран будут являться:

1. При производстве товара в стране, включенной в перечень наименее развитых стран-пользователей предусмотрено поэтапное повышение критерия происхождения в части возможности использования таких иностранных компонентов.

2. При определении происхождения товаров может применяться кумулятивный принцип, позволяющий при производстве товара использовать как товары, происходящие из иных стран-пользователей, так и товары, происходящие из государств-членов Союза.

3. Если товар ввозится в рамках соглашения о зоне свободной торговли, к нему применяются следующие критерии:

полностью получены или произведены в такой Стороне в соответствии со статьей 4 Правил;

произведены в Стороне с использованием материалов иностранного происхождения и удовлетворяют требованиям критериев достаточной обработки (переработки), установленных статьей 5 Правил;

произведены в одной или нескольких Сторонах исключительно из материалов, происходящих из данных Сторон с учетом положений Статьи 6 Правил [4].

Это третья вариация определения страны происхождения товаров.

Для подтверждения страны происхождения товара в ЕАЭС предусмотрено законодательно представление документов:



декларации о происхождении товара, явиться которой может коммерческий или любой другой документ, имеющий отношение к товару и содержащий сведения о происхождении товара, заявленные изготовителем, продавцом или отправителем страны происхождения товара или страны вывоза товара;

сертификат о происхождении товара (документ, свидетельствующий о происхождении товара и выданный уполномоченным государственным органом или уполномоченной организацией страны происхождения товара или, в определенных случаях, – страны вывоза товара).

При ввозе товаров в РФ на таможенную территорию ЕАЭС таможенные органы запрашивают сертификат страны происхождения для товаров из стран, которые получили от РФ таможенные преференции; для товаров, импорт которых ограничен квотами или иными мерами; в случаях, когда происхождение товара неизвестно или сомнительно; в других случаях, предусмотренных законодательством и международными соглашениями РФ [5].

На сегодняшний день различают пять форм сертификатов происхождения товаров: СТ-1, СТ-2, форма А, форма ЕАV и сертификат происхождения общей формы: Сертификат происхождения формы СТ-1 на товары, экспортируемые в государства-члены СНГ; Сертификат происхождения формы СТ-2 на товары, ввозимые из Сербии; Сертификат происхождения формы А на товары, ввозимые из стран, предоставляющих преференции в рамках Генеральной системы преференций (Черногория); Сертификат происхождения формы ЕАV на товары, ввозимые из Вьетнама; Сертификат происхождения Общей формы на товары, ввозимые из остальных стран мира [6].

Изложенное, позволяет сделать вывод о том, что система определения страны происхождения товаров представляет собой развивающуюся систему, усложненную как многочисленными нормативными правовыми актами, регулируемыми исследуемый вопрос, так и её документальным оформлением.

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

1. Таможенный кодекс Евразийского экономического союз (ред. от 29.05.2019, с изм. от 10.01.2006) (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза).

2. Порядок определения страны происхождения товара: сущность, цели и его практическое применение в таможенной практике России - Колпакова Е.Е, Сибирский государственный университет науки и технологий им. акад. М.Ф. Решетнева, 2021г

3. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 13.07.2018 № 49 (ред. от 05.04.2022) «Об утверждении Правил определения происхождения товаров, ввозимых на таможенную





территорию Евразийского экономического союза (непреференциальных правил определения происхождения товаров)».

4. Стратегические направления развития евразийской экономической интеграции / Баранова А.Ф. Наука Красноярья. 2022. Т. 11. № 3-2. С. 7-11.

5. Решение Совета ЕЭК № 49 от 13 июля 2018 г. Об утверждении Правил определения происхождения товаров, ввозимых на таможенную территорию Евразийского экономического союза.

6. Толмачева Е.А. Документальное подтверждение страны происхождения товара// Научные междисциплинарные исследования: сборник статей IX Международной научно-практической конференции. Саратов–2021. – 297.

© Городецкая М.К., Панова Е.О., 2023

УДК 338.2

## УСЛОВИЯ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОМАНДЫ В ОРГАНИЗАЦИИ

Горожанкина П.А., Иващенко Н.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

В наше время идет процесс развития рыночных отношений, который требует необходимости использования более эффективных подходов к технологии менеджмента и технологии работы с персоналом организаций, поэтому эффективное функционирование команды является важным фактором успеха любой организации. Под эффективным функционированием команды понимают процесс, в ходе которого участники команды работают совместно для достижения общих целей и задач, при этом максимально используя свои индивидуальные и коллективные способности [1]. Команды, которые функционируют эффективно, могут достигать более высоких результатов, чем индивидуальные усилия, и более успешно преодолевать препятствия и решать сложные задачи.

Целью данной статьи является определение и описание условий, которые способствуют эффективному функционированию команды и рассмотрение того, как команда влияет на организацию и на её членов.

Эффективность команды определяется её способностью достичь четырёх целей:

1. Внедрения инноваций – команды эффективны, если они могут отреагировать на новые требования внешней среды.



2. Повышения производительности – это достижение корпоративных целей при минимальном использовании ресурсов.

3. Обеспечения высокого качества товаров и услуг – отсутствие дефектов и соответствие продуктов, услуг ожиданиям потребителей.

4. Удовлетворения потребностей сотрудников – способность команды добиваться лояльности ее участников, воодушевлять их и выполнять их основные запросы [1].

К основным условиям, необходимым для эффективного функционирования команды в организации относят:

1. Определение ясной цели и задачи. Одним из ключевых условий для эффективного функционирования команды является ясность ее цели и задач. Команда должна понимать, что именно от нее ожидается и какой результат должен быть достигнут. Четко сформулированные цели и задачи помогут команде сосредоточиться на необходимых действиях и не терять времени на ненужные задачи.

Высокопроизводительные команды знают, куда они идут, зачем и почему делают свою работу. У каждой высокоэффективной команды есть общая сверхзадача, или миссия, которая воодушевляет ее участников. Это понятие выражает смысл существования команды, её социальное предназначение. Выражая глубинные ценности членов команды, миссия задает импульс к работе, ее направление, а также обеспечивает согласованность действий. Она всегда уникальна, неординарна, в ней заключена неповторимость коллектива. И, совершенно точно, не связана с получением прибыли.

2. Компетентные участники команды. Команда должна состоять из компетентных участников, которые имеют необходимые знания и опыт для выполнения поставленных задач. Кроме того, участники команды должны обладать соответствующими навыками и способностями, которые необходимы для достижения целей команды. Рекомендуется подбирать людей, обладающих различными навыками, знаниями и опытом работы. Такая команда будет более гибкой и способной решать широкий спектр задач [2].

3. Доверие между участниками команды. Доверие между участниками команды является важным условием для эффективного функционирования команды. Команда должна работать в атмосфере доверия и уважения, где каждый участник может высказывать свое мнение и идеи, а также обсуждать проблемы и находить решения вместе.

4. Четкое распределение ролей и ответственности. Это помогает участникам команды понимать, какую работу они должны выполнять, и кто несет ответственность за результаты. Одним из главных признаков эффективной команды является солидарная ответственность.



Солидарная ответственность в команде – это принцип, согласно которому все члены команды несут общую ответственность за результаты работы команды, даже если конкретная задача была поручена отдельному члену команды. В случае возникновения проблем или неудач, все участники команды должны работать вместе для их решения и нахождения наилучшего выхода из ситуации.

Четкое распределение ролей и ответственности позволяет участникам команды более эффективно работать и достигать поставленных целей.

5. Открытость и прозрачность. Открытость и прозрачность в команде помогают участникам быть в курсе всех изменений, происходящих в организации, а также позволяют участникам команды давать обратную связь и делиться своими мнениями. Это способствует более эффективной работе команды и повышает уровень доверия между участниками [2].

6. Регулярная коммуникация и координация. Регулярная коммуникация и координация между участниками команды помогают держать всех в курсе о текущем состоянии работ и проблем, а также позволяют своевременно реагировать на изменения и принимать необходимые меры для достижения целей команды.

7. Поддержка со стороны руководства. Руководство организации должно предоставлять необходимые ресурсы и поддержку для эффективного функционирования команды. Это может включать в себя финансовую, техническую и организационную поддержку, а также обеспечение доступа к необходимым данным и информации.

8. Обратная связь и непрерывное совершенствование. Обратная связь в команде помогает участникам оценить свои достижения и прогресс, а также узнать, где можно улучшить свою работу. Непрерывное совершенствование позволяет команде развиваться и достигать высоких результатов [3].

В целом, эффективное функционирование команды зависит от того, как участники команды сотрудничают между собой и как организована их работа. Создание подходящей среды и условий для работы команды помогает достичь эффективного функционирования команды и успешного достижения поставленных целей.

Также при обеспечении благоприятных условий функционирования команды в организации, команда может оказывать огромное положительное влияние на организацию и на её членов. В табл. 1 приведены эффекты команды для организации и для её членов.

Таким образом можно прийти к выводу, что в современном мире работа в команде является важной частью многих проектов и задач. Командные эффекты, развитые в организации, приводят к долгосрочным рыночным результатам, существенному преимуществу организаций,



внедривших командный менеджмент, перед конкурентами. Наличие эффективных команд в компании для решения определенных задач является возможностью повышения конкурентоспособности организации и способа рыночного выживания. В целом, команда является важным элементом организации, который может улучшить производительность, мотивацию, коммуникацию и культуру компании, а также помочь создать новые идеи и развить лидерские качества участников.

Таблица 1 – Эффекты команды

Эффекты команды для организации	Эффекты команды для её членов
Развитие культуры организации. Команда может помочь развить культуру организации, укрепив связи между участниками и повысив их лояльность и преданность	Увеличение мотивации. Члены команды чувствуют, что они являются частью чего-то большего, чем просто исполнители задач, и их участие в достижении целей приносит им удовлетворение
Увеличение производительности. Грамотно выстроенная эффективная командная работа способна повысить производительность, уменьшить время на выполнение задач и повысить качество работы	Работа в команде, для которой характерны взаимодополняющие навыки, взаимопомощь и солидарная ответственность способствует росту профессионализма участников команд, получение ими дополнительных умений и навыков
Инновации. Команда может стать центром для генерации новых идей и инноваций, благодаря свободному обмену мнениями и опытом между участниками	Развитие лидерства. Участие в команде может помочь развить лидерские навыки [4]
Увеличение гибкости и адаптивности. Команда может быть более гибкой и адаптивной к изменениям внешней среды, так как участники могут быстро переключаться между задачами и быстро реагировать на изменения	Усиление уверенности в своих способностях. Члены команды могут получать большую поддержку и признание за свои успехи, что способствует укреплению их уверенности в себе
Повышение эффективности управления организацией.	Лучшее понимание целей и задач команды. Команда является тесной формой взаимодействия, поэтому члены команды могут лучше понимать, как их индивидуальный вклад влияет на достижение общих целей команды
	Улучшенная коммуникация. Командный подход к работе обычно приводит к более открытой, эффективной и частой коммуникации между членами команды

### Список использованных источников:

1. Круглова Н.Ю. Основы менеджмента: учебное пособие – М.: КноРус, 2018. – 499 с.
2. Сафронова Н.Б., Урубков А.Р., Маслевич Т.П., Минаева Л.Н. Результативная проектная команда: количественный подход к формированию – М.: Дашков и К, 2021. – 172 с.
3. Корниенко В.И. Командообразование: учебник – М.: Юрайт, 2022. – 291 с.
4. Багдасарян В.Э. Лидерство – М.: НИЦ ИНФРА, 2022. – 339 с.

© Горожанкина П.А., Иващенко Н.С., 2023



УДК 330

## ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В РАМКАХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

Горьянова А.О., Бурденко Е.В.

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

Современный этап развития экономики характеризуется активным процессом цифровизации, который приводит к трансформации экономических и финансовых отношений. По этой причине, меняются и бизнес-модели ведения предпринимательской деятельности, поскольку структура отраслей экономики изменяется в сторону увеличения доли секторов высокотехнологического производства. Сформировавшиеся ранее традиционные бизнес-модели организаций становятся неконкурентоспособными и должны будут или трансформироваться, или уйти с рынка.

Дальнейшее развитие цифровизации экономики характеризуется такими тенденциями [1]:

полная автоматизация рутинных производственных процессов, которая сделает производство более гибким;

использование цифровых технологий и искусственного интеллекта в наиболее наукоемких секторах промышленности, таких как атомная энергетика, авиаперевозки, космическая сфера и т.д.;

сформирование новых специальностей и профессий на рынке труда;

переход общества к новому качеству жизни, направленному на удовлетворение индивидуальных потребностей;

внедрение технологических и производственных процессов, не наносящих ущерба экосистеме планеты Земля;

увеличение в структуре потребления расходов на информационные услуги.

По причине вышеперечисленных тенденций цифровизации экономики приводит к трансформации бизнес-моделей современных организаций. Предпосылкой к этому являются трансформационные процессы в привычках и потребительском поведении людей. Формируются новые потребности, удовлетворение которых происходит при помощи субъектов инновационного производства. Все чаще современные организации стремятся к формированию цифровых экосистем, которые масштабируют возможности в реализации коммерческих интересов предпринимателей.

В условиях цифровой экономики увеличивается число предпринимательских структур, которые уходят в виртуальное





пространство, и при этом решают социальные задачи в рамках виртуального предпринимательства. При этом возникает проблема по выяснению специфических особенностей бизнес-модели в виртуальном сообществе. Для таких бизнес-моделей актуальным является развитием электронной коммерции и организации маркетинговых коммуникаций при помощи цифровых технологий и социальных сетей [2].

Для эффективного внедрения цифровой трансформации в бизнес-процессы необходимо понимание руководством компании, что наряду с цифровой трансформацией важно проводить и другие изменения внутри самой организации, такие как синхронизация совершенствования менеджмента и процессов внедрения в нее цифровых технологий, повышение профессионализма в сфере применения цифровых технологий руководящим составом компании [5].

Новые технологии изменили облик многих сервисов, которые раньше невозможно было представить. Цифровая трансформация бизнес-модели затрагивает разные отрасли экономики, начиная от производства и предоставления логистических услуг, заканчивая финансовым сектором и банковским обслуживанием [6].

Компании, которые проводят трансформацию бизнес-модели в условиях цифровизации экономики, приобретают следующие преимущества [3]:

- происходит уход от критерия географии представительства бизнеса компании, появляются новые сегменты сбыта продукции;

- трудоемкость цепи создания ценности и стоимости снижается;

- появляется возможность выхода на виртуальные рынки и продажи новых цифровых продуктов, которые вызывают спрос населения;

- формируется возможность продажи дополнительных услуг к основной продукции компании, что увеличивает средний чек.

Также достигается улучшение следующих характеристик экономической эффективности предпринимательской деятельности организаций, у которых происходит цифровая трансформация бизнес-модели [7]: оптимизация производственных и коммерческих расходов; увеличение роста доходов и выручки; улучшение показателей прибыльности и рентабельности; возрастание ликвидности и платежеспособности.

Главным трендом трансформации бизнес-моделей в цифровой экономике является организация предпринимательства с использованием онлайн платформы. Можно выделить 5 основных критериев различия платформенных бизнес-моделей от традиционных [4]:

- способ внешней коммуникации с потребителями – на основе цифровой платформы;

- скорость внешней коммуникации с потребителями – высокая;



наличие дополнительных барьеров для внешних коммуникаций с потребителями – отсутствуют, поскольку платформенные бизнес-модели, наоборот, помогают их устранить;

уровень издержек – низкий, поскольку происходит оптимизация бизнес-процессов;

капитальные затраты на создание цифровой платформы – высокие, поскольку требуются проектные работы разработчиков.

В независимости от степени влияния вышеперечисленных факторов, в России формируется развитие такой платформенной бизнес-модели, как маркетплейсы и электронная коммерция. Главным конкурентным преимуществом торговых маркетплейсов выступает оптимизация финансовых расходов на обеспечение торговой деятельности. Отражением роста популярности отечественных маркетплейсов является увеличение объема рынка электронной коммерции в России за период с 2015 по 2021 гг. (рис. 1).

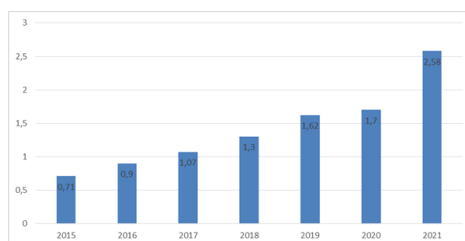


Рисунок 1 – Динамика объема рынка Интернет-торговли в России за период с 2015 по 2021 гг., в трлн. руб. [8]

Таким образом, бизнес-модели в условиях цифровой экономики подвергаются кардинальным трансформациям, результатом которых, зачастую, является совершенствование бизнес-процессов, выход организации на новые рынки и расширение географии сбыта продукции, а также повышение экономической эффективности предпринимательской деятельности. В нынешний 2023 г. цифровизация бизнес-модели в сторону платформенного развития является перспективным направлением совершенствования субъектов предпринимательства, вывода их на новый уровень стратегического развития.

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

1. Борисов И.В. Тренды цифровизации как основа нового технико-технологического уклада // Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления. 2022. С. 32-36.

2. Олифинов А.В., Маковейчук К.А., Петренко С.А. Трансформация бизнес-моделей в условиях цифровой экономики // International Journal of Open Information Technologies. 2019. №4. С. 85-91.

3. Мрочковский Н.С., Ляндау Ю.В., Пушкин И.С., Федосимова М.А. Цифровая трансформация бизнес-моделей // Инновации и инвестиции. 2019. №5. С. 69-71.



4. Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В. Виды бизнес-моделей компаний в цифровой экономике // Креативная экономика. 2019. Том 13. № 1. С. 83-92.

5. Лукина О.В., Курочкина А.А., Назаров П.В. Цифровая трансформация бизнес-моделей с целью повышения эффективности процесса управления компанией // Ученые записки Международного банковского института. 2020. № 3 (33). С. 84-98.

6. Семенов А.И., Губайдуллина А.Д. Цифровая трансформация бизнес-моделей организации // Экономика строительства. 2021. № 2 (68). С. 49-55.

7. Головашкина А.А. Значение цифровой трансформации в современных бизнес-моделях // Молодой ученый. 2022. № 44 (439). С. 242-245.

8. Матузенко Е.В., Глазунова О.А., Изварин А.А. Тенденции, проблемы и перспективы развития электронной коммерции в сфере Интернет-торговли // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2021. № 1 (86). С. 197-206.

© Горьянова А.О., Бурденко Е.В., 2023

УДК 336.221

## ИСТОРИЧЕСКИЙ ЭКСКУРС НАЛОГОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ МИКРО, МАЛЫХ И СРЕДНИХ НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ

Грехов А.А.

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

В статье рассматривается история налогового стимулирования микро, малых и средних научно-производственных предприятий в России, рассматриваются основные законы и нормативные акты, принятые в разные периоды времени, и описывает налоговые льготы и меры, которые были направлены на поддержку научно-технического развития и создание новых технологий на основе научных исследований. В целом, статья позволяет ознакомиться с историей налогового стимулирования научно-производственных предприятий в России и понять, какие меры могут быть приняты в будущем для поддержки развития науки и технологий в стране.

Одним из первых законов, который предусматривал налоговые льготы для предприятий, занимающихся научной деятельностью, было Постановление Совмина РСФСР от 18.07.1991 N 406 «О мерах по поддержке и развитию малых предприятий в РСФСР», который устанавливал налоговые льготы для научно-технических центров и предприятий, занимающихся научно-исследовательской деятельностью. В





частности, предприятия, осуществляющие научно-исследовательскую деятельность, получили право на освобождение от налога на имущество в течение первых двух лет после регистрации.

В декабре 1991 года был принят Закон «О налоге на прибыль предприятий и организаций», который установил налоговые льготы для малых и средних предприятий. В частности, предприятия, в которых среднесписочная численность работников не превышает 100 человек, получили право на налоговые льготы в виде снижения налоговой ставки по налогу на прибыль.

В 1994 году был принят Закон «О налогах и сборах», который предусматривал налоговые льготы для предприятий, занимающихся научно-технической деятельностью. В частности, предприятия, осуществляющие научно-исследовательскую и опытно-конструкторскую работу, получили право на снижение ставки налога на прибыль с 35% до 20%. Кроме того, была введена возможность списывать расходы на научные исследования и разработки в размере 150% от их фактических затрат.

В 1996 году был принят Закон «О науке и государственной научно-технической политике», который также предусматривал налоговые льготы для научно-технических центров и предприятий, занимающихся научно-исследовательской деятельностью. В частности, была введена возможность уменьшать налог на прибыль до 10% для предприятий, осуществляющих научно-исследовательскую деятельность.

Однако, несмотря на налоговые льготы, в 1990-ые годы в России были созданы не все условия для развития микро, малых и средних научно-производственных предприятий. В частности, были проблемы с доступом к кредитам и инвестициям, а также с нехваткой квалифицированных кадров. Кроме того, в период 1990-ых годов было проведено множество реформ, что привело к нестабильности экономической ситуации в стране.

Тем не менее, налоговые льготы оказались важным механизмом поддержки микро, малых и средних научно-производственных предприятий в России в период 1990-ых годов. Они позволили компаниям, занимающимся научно-технической деятельностью, снизить налоговое бремя и вложить больше средств в научные исследования и разработки. Это, в свою очередь, способствовало развитию науки и технологий в России и повышению конкурентоспособности предприятий на мировом рынке.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что налоговое стимулирование микро, малых и средних научно-производственных предприятий является важным инструментом поддержки развития науки и технологий в России. Несмотря на определенные проблемы, связанные с



реализацией налоговых льгот, они оказали положительное влияние на развитие отечественных научных и технологических компаний в период 1990-ых годов. Это позволило им стать более конкурентоспособными и успешными на мировом рынке и способствовало развитию экономики страны в целом.

В период 2000-ых годов налоговое стимулирование микро, малых и средних научно-производственных предприятий в России продолжалось. В 2002 году был принят Федеральный закон «О научной и научно-технической деятельности», который определил основные цели и задачи научно-технической деятельности в России. Закон предусматривал налоговые льготы для предприятий, занимающихся научно-исследовательской и опытно-конструкторской работой. В частности, компании, участвующие в создании инновационной продукции, получили право на уменьшение налога на прибыль на 50%.

В 2006 году были приняты дополнительные меры по стимулированию научно-технической деятельности. В рамках Федеральной целевой программы «Технологическое развитие на 2007-2011 годы» участники могли получить налоговые льготы на сумму до 90% затрат на научно-исследовательскую работу. Также были установлены особые правила по уплате налога на добавленную стоимость для предприятий, занимающихся производством инновационной продукции. Эти меры позволяли компаниям снизить налоговое бремя и инвестировать больше средств в научные исследования и разработки.

В 2007 году был принят Федеральный закон «О стимулировании развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», который установил ряд мер по поддержке микро, малых и средних предприятий в различных сферах экономики, в том числе и в научно-технической сфере. В рамках этого закона была установлена система налоговых льгот для малых и средних научно-технических компаний, которые предоставлялись на период до трех лет и включали в себя снижение ставки налога на прибыль, налога на имущество и налога на землю. Кроме того, в рамках программы «Инновационная Россия» была создана система грантов для научно-технических компаний. Гранты позволяли компаниям получить дополнительные средства на научно-исследовательскую работу и разработку новых технологий. В 2009 году был принят закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления особенностей налогообложения организаций, осуществляющих инновационную деятельность», который расширил круг организаций, имеющих право на получение налоговых льгот.

В 2013 году был принят закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части регулирования



инновационной деятельности в Российской Федерации», который предусмотрел создание Национальной технологической инициативы (НТИ) – комплексной программы по развитию высокотехнологичных отраслей экономики России. В рамках НТИ было предусмотрено финансирование инновационных проектов, создание технопарков и инкубаторов для развития научно-технического предпринимательства, а также развитие системы поддержки малых и средних научно-технических предприятий.

Одним из ключевых элементов налоговой политики в отношении малых и средних научно-технических предприятий в России в 2000-ых годах было предоставление налоговых льгот. В результате этих мер было создано множество научно-технических компаний и были осуществлены многочисленные научные исследования и разработки, которые повысили конкурентоспособность российской экономики. Также важным элементом стимулирования научно-технической деятельности стали гранты для научно-технических компаний, которые позволили получать дополнительные средства на научно-исследовательские проекты.

Однако несмотря на усилия государства по стимулированию развития малых и средних научно-технических предприятий, сектор остается относительно малочисленным в сравнении с другими развитыми странами. Это объясняется, в частности, сложностью получения финансирования и привлечения талантливых научных кадров, а также сложностью доступа к инфраструктуре и технологиям.

В свете вышесказанного, государство должно продолжать усилия по стимулированию научно-технической деятельности, в том числе через предоставление налоговых льгот, грантов и создание инфраструктуры. Кроме того, необходимо улучшение системы образования и научных исследований в целом, чтобы обеспечить доступ к качественному образованию и научным ресурсам, а также привлечь талантливых научных кадров в Россию.

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

1. Постановление Совмина РСФСР "О мерах по поддержке и развитию малых предприятий в РСФСР" от 18.07.1991 N 406
2. Закон РФ "О налоге на прибыль предприятий и организаций" от 27.12.1991 N 2116-1
3. Федеральный закон "О науке и государственной научно-технической политике" от 23.08.1996 N 127-ФЗ
4. Постановление Правительства РФ "О федеральной целевой программе "Национальная технологическая база" на 2007 - 2011 годы" от 29.12.2007 г. N 54
5. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ



6. Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности" от 02.08.2009 N 217-ФЗ

7. Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части регулирования инновационной деятельности в Российской Федерации" от 23 июля 2013 года № 190-ФЗ

© Грехов А.А., 2023

## УДК 658.5

### ВМ-ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ СТРОИТЕЛЬНОГО ОБЪЕКТА

Григорьев А.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Псковский государственный университет», Псков*

Строительство является одной из ключевых отраслей экономики страны. Практически любая производственная деятельность связана с использованием основных производственных фондов (зданий и сооружений). В стоимость каждого произведенного товара, включена часть затрат на строительство и эксплуатацию зданий, необходимых для производства продукции. Процесс строительства имеет важную особенность: по сути, объект строительства можно представить, как продукт производства, при этом само предприятие по производству этого продукта строится вокруг этого продукта производства. В зависимости от технологии строительства и масштабов объекта, процесс строительства может очень сильно отличаться. Из-за того, что объект строительства строится каждый раз на новом месте и сильно отличается по характеристикам от предыдущего, возникают различные проблемы при проектировании и управлении строительством. Одной из быстроразвивающихся технологий для проектирования и управления проектом является технология ВМ (ТИМ). ТИМ-технология информационного моделирования является русскоязычным аналогом англоязычного Building Information Model.

Информационная модель объекта (BIM, Building Information Model или Building Information Modeling) – это согласованная, взаимосвязанная и скоординированная числовая информация о проектируемом или уже существующем объекте строительства, имеющая геометрическую привязку и поддающаяся расчетам и анализу. На базе этой модели





организована работа всех участников строительного и эксплуатационного процесса (заказчик, проектировщик, подрядчик, эксплуатирующая организация и т.д.) [2].

В своей статье я бы хотел рассмотреть: 1) какие функции менеджмента могут осуществляться с применением BIM-технологий; 2) особенности внедрения BIM-технологий в Российской Федерации. Рассматривая функции менеджмента по Файолю (планирование, организация, мотивация, контроль, координация), можно определить для каких функций подходит управление с применением BIM-технологий.

К.А. Цапко и А.О.А. Алшихли в своей статье «Применение автоматизированных систем удаленного управления в строительстве (BIM-управление)» предлагают использовать метод автоматизированных систем удаленного управления в строительстве, а также описывают опыт применения BIM технологий в одной из крупнейших строительных компаний КНР-China State Construction Engineering.

Внедрение системы автоматизированного планирования с выдачей месячных недельно-суточных планов позволяет компании, ведущей застройку как в материковом Китае, так и за его пределами (например, строительство вспомогательных объектов терминалов в портах стран Балтии), корректировать все неточности в исходных данных и вести удаленный контроль проектов из офисов, территориально расположенных в КНР, в режиме реального времени [5].

Контроль за ходом поставок осуществляется как на месте, так и удаленно, планирующим центром строительства комплекса. Руководство комплекса в постоянном режиме может отслеживать состояние поставок ресурсов, а также технологического, подъемно-транспортного и энергетического оборудования, износ и степень механизации каждого этапа. Сведения, оперативно выдаваемые планирующим центром, отличаются, таким образом, достоверностью и объективностью. Поэтому контроль за поставкой ресурсов надежен и действенен [5]. Проанализировав зарубежный опыт, К.А. Цапко выделяет восемь групп причин отставания от графика.

Также имея возможность обеспечения контроля по результатам может быть разработана и система мотивации.

Семенихина А.В. в своей статье «Технологии BIM как инструмент управления строительными проектами в Российской Федерации: успехи и возможности» указывает, что, применяя BIM-модель строительного объекта, компании в рамках своей компетенции, смогут не только рационально использовать автоматизированные инструменты для разноплановых проверок и анализов, но и публиковать проектную и рабочую документацию, оценивать сметы, визуализировать планы и оптимизировать этап строительства. Более того, в полном объеме



гарантировать контролируемый доступ к информационным данным строительной площадки для всех вовлечённых участников в реализацию какого-либо проекта по контракту, в рамках долгосрочного и краткосрочного сотрудничества [4].

Савина А.Г. в статье «Теоретико-методологические основы построения цифровой инфраструктуры управления объектами капитального строительства на базе BIM» указывает, что формирующиеся в настоящее время концептуальные положения BIM и успешные практические кейсы ее реализации свидетельствуют о тенденциях постепенного проникновения технологии информационного моделирования во все связанные с градостроительной деятельностью бизнес-процессы. Интеграция традиционных производственных процессов и формирующейся BIM-концепции позволяет выстроить инновационную организационно-технологическую бизнес-модель, в которой на каждой стадии жизненного цикла инвестиционно-строительного проекта BIM-технология должна стать ядром основного бизнес-процесса, направленным на формирование информационных потоков, интеграцию участников и поддержку архитектурно-градостроительных управленческих решений [3].

Анализируя статьи авторов Цапко К.А., Семенихиной А.В., Савиной А.Г., я могу заключить, что возможно использование BIM-технологий в каждой из указанных функций менеджмента: в планировании, организации, мотивации, контроле, координации.

Однако не смотря на видимые преимущества BIM технологий, возникают проблемы с внедрением и использованием данной технологии. Мысовский Д.А. и Овчинников И.О. в своей статье «Building information modeling в строительстве. Опыт использования. Проблемы внедрения» выделяют три основные проблемы. Первая проблема – это высокие затраты на внедрение, вторая проблема заключается в высоких требованиях к производительности компьютерного оборудования для выполнения моделей, третья проблема – кадровые вопросы.

Савина А.Г. в статье «Теоретико-методологические основы построения цифровой инфраструктуры управления объектами капитального строительства на базе BIM» пишет об опыте их внедрения в строительство. На текущий момент большинство российских компаний архитектурно-строительной отрасли по использованию на практике САПР и зрелости BIM-технологии, находятся на первом уровне, и, как правило, применяют BIM для решения задач узкого профиля. Целевым стратегическим направлением их дальнейшего краткосрочного развития должен стать переход к BIM 2, требующему полной совместимости информационной модели 3D со всей проектной документацией [4].

Для облегчения перехода на BIM-технологии было утверждено Постановление Правительства РФ от 15.09.2020 N 1431 (ред. от 27.05.2022



г.) «Об утверждении Правил формирования и ведения информационной модели объекта капитального строительства, состава сведений, документов и материалов, включаемых в информационную модель объекта капитального строительства и представляемых в форме электронных документов, и требований к форматам указанных электронных документов, а также о внесении изменения в пункт 6 Положения о выполнении инженерных изысканий для подготовки проектной документации, строительства, реконструкции объектов капитального строительства» Срок действия постановления закончился 1 марта 2023 года, а новое до сих пор не принято.

Еще одной сложностью стал уход с Российского рынка международных компаний, являющихся лидерами в производстве ПО для BIM. На нашем рынке представлены отечественные разработки (Renga, nanoCAD BIM), но большая часть компаний использовала ПО от Autodesk и других зарубежных компаний. Из-за этого также происходит замедление перехода.

Рассмотрев вышеуказанные плюсы, а также сложности возникающие в процессе внедрения BIM-технологий в сфере управления строительным объектом можно заключить следующее:

необходимо продолжать развивать данное направление с целью повысить качество управления проектом и/или предприятием;

снизить расходы на проектирование, строительство и эксплуатацию зданий;

необходимо развивать собственное программное обеспечение, используя опыт передовых стран в данном направлении;

необходимо учитывать специфику строительных организаций при внедрении BIM-технологий.

Исходя из вышеуказанного можно сделать вывод, что необходимо продолжать развивать внедрение BIM-технологий в строительство, как при проектировании зданий, так и продолжать развитие в области управления строительным процессом. Особо хочу отметить необходимость развивать собственное программное обеспечение для создания и управления объектом с помощью BIM-технологий, для обеспечения цифровой независимости строительной индустрии.

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

1. Мысовских Д.А., Овчинников И.Г. Building information modeling в строительстве. Опыт использования. Проблемы внедрения // Вестник Евразийской науки. –2021. –№2. –С. 1-10.

2. Рыбин Е.Н., Амбарян С.К., Аносов В.В., Гальцев Д.В., Фахротов Н.А.// BIM-технологии. Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. –019. –1(28). –С. 98–105.





3. Савина А.Г., Малявкина Л.И., Савин Д.А. Теоретико-методологические основы построения цифровой инфраструктуры управления объектами капитального строительства на базе BIM//RUSSIAN JOURNAL OF ECONOMICS AND LAW.–2023. –№ 1. –С. 90–109.

4. Семенихина А.В., Чурсин А.С., Зайченко Т.О. Технологии BIM как инструмент управления строительными проектами в Российской Федерации: успехи и возможности // Материалы I Всероссийской научно-практической конференции. Орловский государственный университет имени И.С. –2019. –С. 236–242.

5. Цапко К.А., Алшехли А.О.А. Применение автоматизированных систем удаленного управления в строительстве(ВIM-Управление)// Перспективы науки Building information modeling в строительстве. Опыт использования. –2020. –№ 10. –С. 210-212.

© Григорьев А.В., 2023

УДК 312:658.6[65.03]

## ИЗМЕНЕНИЕ ПРИВЫЧЕК ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В КРИЗИС

Григорьев В.А., Вахрушева П.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Каждый кризис – это в первую очередь шок. Довольно предсказуемо, что в кризис люди экономят на развлечениях, на отдыхе, на одежде, на еде вне дома, реже меняют предметы обихода. Растет спрос на товары первой необходимости, на быстро раскупаемые товары, которые человек потребляет постоянно. Это продукты обихода с обеспечением базовых потребностей человека – питание, гигиена, устранение неприятных симптомов. Продажи осуществляются каждый день в большом объеме.

С приходом кризиса 2020 года произошло затормаживание экономики, уменьшились располагаемые доходы населения. Люди были взволнованы экономическими последствиями пандемии – ростом цен, утратой работы и началась «перезагрузка» покупательских привычек. Потребители не могли поддерживать былой уровень расходов, содержание потребительской корзины заметно сократилось. Соотношение «цена–качество» во время самоизоляции отошло на второй план, в тот период главное стало приобрести необходимое.

После «ковидного» кризиса произошло изменение привычек потребления товаров повседневного спроса, которые являются ключевой статьей расходов российского потребителя. Поэтому на фоне инфляции возникли тренды, связанные с экономией и поиском новых путей





расходования средств. Кризис вынудил пересмотреть приоритеты, отказаться от излишеств и приобретать самое нужное. Потребители предприняли серьёзные усилия для поиска самых выгодных цен. И низкая цена стала главным фактором выбора продукции.

В течение месяцев, проведенных дома на «удаленке», потребители изменили опыт в сфере питания, стали больше готовить дома. Когда было снято множество ограничений, «домашние» привычки сохранились. Данный тренд продолжается, так как многие до сих пор остаются дома, и готовить самим более экономно.

За последние три года возникли новые пути экономии, потребители стали значительно лучше ориентироваться в ценах на товары, которые составляют их покупательскую корзину. Если раньше покупатели экономили за счет скидок со стоимости продукции и более выгодного магазина, то сегодня они все чаще используют новые стратегии экономии и к комбинации сразу нескольких. практически одинаково популярны стратегии сокращения объемов потребления товаров длительного пользования, переключения на магазины с более низкими ценами и скидками, на такие как «Дикси» или «Чижик», и на более дешевые бренды или торговые марки магазинов, такие как «Ашан», «Моя цена», «Каждый день» и т.д.

Реже применяются стратегии покупок в больших упаковках и сокращения потребления импортных продуктов. Приобретение более выгодных больших упаковок может смениться приобретением меньших по размеру, но отвечающих выбранным критериям цены с увеличением доли менее состоятельных потребителей (рис. 1).



Рисунок 1 – Изменение покупательского поведения [1]

Сократилось количество походов в магазины: с 33 раз в месяц (до пандемии) до 29 раз – в апреле 2020 года. [2] Из-за сокращения частоты походов в магазин уменьшились продажи импульсных категорий – жевательная резинка, детский сок, злаковые батончики.

Впервые заказав товары через Интернет во время пандемии, когда имелись ограничения на личные покупки и правительством вводились карантинные меры, покупатели оценили не только удобство и простоту совершения покупок, но и множество выгодных предложений и акций. Благодаря тренду на экономию более половины покупателей сопоставляют цены на продукты в онлайн- и офлайн-магазинах и находят более выгодные



предложения в Интернете. Внушительная часть людей считает, что цены на онлайн-площадках ниже, чем цены на сопоставимые продукты в розничных магазинах. Еще 5-7 лет назад меньше 20% покупателей в России сравнивали цены на товары повседневного спроса в онлайн и физических магазинах [3]. сейчас все больше потребителей переходят от классических офлайн-магазинов к онлайн-торговле, чтобы сберечь не только деньги, но и время. В 2020 году удалённая торговля показала удивительные показатели и упрочилась на новом для себя уровне. в РФ по результатам июня 2020 года доля удалённой продажи товаров повседневного спроса (FMCG) составила 5% от рынка продажи товаров в натуральном выражении. В 2019 году данный показатель составлял 2%. По итогам 2022 года Россия стала лидером по темпам прироста онлайн-продаж в сегменте FMCG в мире, свидетельствуют данные NielsenIQ [4]. За прошедший год онлайн-продажи в России в этом сегменте выросли практически в 1,5 раза.

После кризиса потребительское поведение людей во всем мире быстро изменилось, что повлияло на то, как и где они совершают покупки, что покупают и как взаимодействуют с бизнесом.

Образ жизни людей после пандемии существенно изменился. По данным опроса, проведенного в марте 2022 года аналитическим центром НАФИ в 53 регионах страны, 65% россиян стали больше работать, проводить время в интернете в поисках новостной информации и чаще находиться с семьёй.

В отличие от предыдущих спадов, между которыми происходили периоды восстановления экономики, российский рынок вошел в новый кризис 2022 года с двузначными темпами инфляции во многих категориях товаров повседневного спроса, которые наложились на еще продолжающийся регресс после пандемии.

В связи с изменившейся геополитической обстановкой в мире возник уникальная ситуация – попытка потребителей максимально эффективно комбинировать всевозможные стратегии экономии, а также вынужденно уменьшать потребление импортных продуктов и покупок онлайн. Массовый уход с рынка западных компаний повлек проблемы на рынке труда, многим иностранным компаниям в России необходимо было закрыть бизнес и уволить людей. На фоне увольнений, экономического кризиса, люди начали «закупаться» с удвоенной силой, боясь, что не смогут приобрести то, к чему привыкли, либо по причине исчезновения товаров, либо по причине нехватки средств в будущем.

Данные экспертов говорят о существенном увеличении спроса на бакалейные товары, кофе, чай, средства гигиены, алкоголь и лекарства в сравнении с прошлыми кризисами с западными санкциями. По подсчетам аналитической компании NielsenIQ: реализация продуктов питания и



товаров повседневного спроса в сетях розничной продажи с 28 февраля по 6 марта увеличились в среднем на 7,5% в натуральном выражении и на 18,3% в стоимостном по сравнению к предыдущему году. Самое значительное увеличение произошло с ценами на продукты длительного хранения (сахар, крупы, консервы и т.д.) – 46%. Подросла стоимость кофе и чая (23%), средств гигиены (22%). Люди стали больше совершать покупок про запас: 34% покупают некоторые продукты про запас, 11% боятся, что у них кончатся запасы [6].

Индекс потребительской уверенности показывает, насколько народ чувствует стабильность текущей экономической ситуации и в своем материальном благосостоянии. На июнь 2022 года индекс потребительской уверенности был отрицательный. Большинство россиян ощущало себя беспокойно, ждало ухудшения экономической обстановки, и поэтому люди решили пребывать в режиме экономии, по крайней мере рациональнее подходить к распределению своих трат.

Экономить на больших покупках могут немногие. Люди нечасто покупают квартиры или машины. Например, 45% опрошенных тратят более половины своего годового бюджета на еду [7]. Поэтому в 2022 году вновь включились стратегии сокращения расходов в категории повседневных покупок.

В 2022 году рынок продуктов первой необходимости показал резкий рост покупательского спроса. Этот спрос длился три недели с достижением пика на девятой неделе. На ажиотажный спрос повлияло стремление закупиться впрок из-за анонсированного подъема цен, пересмотра ассортимента и новостей об уходе доли компаний с российского рынка. Увеличился спрос на товары, в производстве которых применяется импортная составляющая (кофе, крепкий алкоголь и другие) (рис. 2).

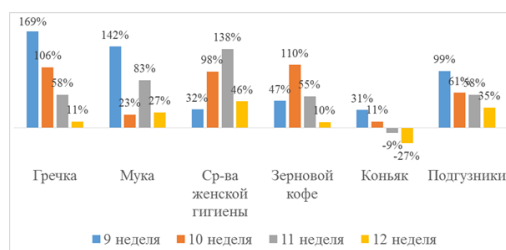


Рисунок 2 – Недельная динамика продаж категорий товаров со всплеском спроса в 2022 году [4]

В настоящее время 98% от интервьюированных потенциальных клиентов обращают внимание на рост цен товаров повседневного спроса и стараются найти наиболее выгодные цены. Довольно часто прибегают к объединению разных стратегий экономии. 73% от купивших продукты людей помнят цены на большинство приобретаемых товаров. Для них определяющим фактором является цена продукта.



Разворачивающийся экономический кризис, осложняемый введением санкций и приостановкой деятельности части компаний на российском рынке, прямо воздействует на стратегии шопинга среди потребителей. В новой ценовой реальности покупатели показывают идентичные с предыдущими кризисами модели поведения – покупают товары длительного хранения, алкогольную продукцию и ряд других категорий, в которых предвидится наиболее заметный рост цен или сокращение ассортимента.

Отличия между кризисными ситуациями 2020 и 2022 годов имеется в распределении спроса между каналами продаж. Во время самоизоляции наибольшей посещаемостью отличались мелкие магазины около дома. В настоящее время покупатели уделяют пристальное внимание магазинам: дискаунтерам и гипермаркетам. Например, если в 2021 году потребитель посещал в среднем 4,7 магазина в месяц, то в 2022-м этот показатель увеличился до 5,8.

Кризисные ситуации 2022 и 2020 годов отличаются. Принудительное пребывание дома покупатели закупили продукты впрок, а в 2022 году на экономию по ценам является важнейшим фактором для потребителя к стратегии сбережения. В 2020 году высокий спрос был на средства гигиены и товары длительного хранения, в 2022 году – категории импортных товаров с повышением цен на них. Новые внешние факторы и геополитическая обстановка придали дополнительный импульс росту цен. Так выросли цены на сахар, майонез, растительные масла, яйца, гречку и другие продукты основной потребительской корзины. Причины происхождения подорожания этих продуктов можно выделить следующие:

непрерывно возрастает спрос (люди пожилого возраста много раз в течение своей жизни сталкивались с дефицитом, поэтому всегда стараются держать запас круп, нескоропортящихся продуктов);

снижается объем поставок: в результате санкционных воздействий, сложностей с логистикой сокращается предложение;

инфляция также негативно влияет на рост цен продуктов питания и других товаров.

В заключение можно сказать, что в условиях неопределенности при невозможности строить долгосрочные планы на жизнь, потребители приспосабливаются к ситуации и находят оптимальные решения в краткосрочной перспективе. Их насущная потребность пережить кризисную ситуацию помогает вернуться к нормальным условиям жизни.

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

1. Изменение покупательского поведения. – url: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2022/> (дата обращения: 07.05.2023)



2. Изменение числа походов в магазин. – URL: <https://www.retail.ru/articles/gfk-effekt-covid-i-novye-privyichki-otrebiteley/> (дата обращения: 07.05.2023)

3. Сравнение цен на товары повседневного спроса в онлайн и физических магазинах. – URL: <https://www.metacommerce.ru/blog/ecommerce/> (дата обращения: 07.05.2023)

4. NielsenIQ: Исследование FMCG рынка. – URL: <https://www.retail.ru/news/nielseniq-rossiya-stala-liderom-po-tempam-razvitiya-onlayn-torgovli-fmcg-13-marta-2023-226598/> (дата обращения 07.05.2023)

5. Исследование НАФИ «Об изменениях в своем образе жизни». – URL: <https://nafi.ru/en/analytics/rossiyane-stali-bolshe-rabotat-i-provodit-vremya-s-semey/> (дата обращения 07.05.2023)

6. NielsenIQ: изменение динамики денежных продаж в розничных сетях по товарным категориям. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5258955> (дата обращения 07.05.2023)

7. Ромир: Исследование потребительского поведения в 2022. – URL: <https://secrets.tinkoff.ru/razvitie/potrebitelskoe-povedenie-2022/> (дата обращения 07.05.2023)

© Григорьев В.А., Вахрушева П.А., 2023

УДК 378.147

## ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ПЛАНЫ СТУДЕНТОВ

Гриненко Е.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет», Кемерово*

Профессионально-образовательное планирование – процесс в рамках профессионального образования, направленный на определение шагов по самореализации в социальной и элективной профессиональной деятельности в соответствии с интересами, склонностями индивида и требованиями общества и рынка труда к современному специалисту [1, с. 137].

Сведения об образовательных и профессиональных намерениях сегодняшних студентов очень важны, как для образовательных организаций, так и для экономики муниципальных образований, регионов, страны в целом. Они позволят определить, какое число выпускников вольются в трудовую жизнь, пополнят кадровые ресурсы предприятий и учреждений, а какие продолжат обучение.

Ключевые элементы профессионального планирования могут включать: понимание роли работы в жизни человека; знание характера профессии и места для обучения этой профессии; наличие



профессиональной цели; понимание шагов, средств и методов достижения профессиональной цели; наличие альтернатив для достижения желаемых целей; знание путей достижения целей; знание того, как подготовиться и работать над собой для достижения целей; выполнение отдельных компонентов плана развития потенциала; осуществление мероприятий по достижению цели [2, с. 9].

Целью исследования было выяснение профессионально-образовательных планов студентов 1 курса после получения высшего образования. Для этого в марте 2023 года было проведено социологическое анкетирование, в результате которого было опрошено 95 студентов 1 курса Института экономики и управления (далее ИЭУ) Кемеровского государственного университета.

Респондентам адресовался вопрос: «Каковы ваши планы после окончания бакалавриата?» (табл. 1).

Таблица 1 – Планы после окончания бакалавриата

Варианты ответов	% от числа опрошенных
Продолжить обучение в магистратуре ИЭУ	24
Продолжить обучение в магистратуре КемГУ, но не ИЭУ	5
Продолжить обучение в магистратуре другого вуза	13
Получить второе образование (бакалавриат/специалитет) по другому направлению	12
Работать по получаемой специальности	47
Работать не по профилю получаемого образования	14
Не работать и не учиться	2
Другое	3
Пока не знает	20

Как показал опрос первокурсников, большинство из них (61%) по окончании обучения по образовательной программе и получения диплома планируют начать трудовую деятельность. При этом 47% по профилю получаемой специальности, а 14% – по другому профилю. А более половины (54%) намерены продолжить обучение: 24% в магистратуре ИЭУ; 5% – в магистратуре другого института КемГУ; 13% – в магистратуре другого вуза; 12% – в бакалавриате или специалитете по другому направлению (второе высшее образование). Есть и такие студенты, кто не намерен и не работать, и не учиться (2%). 3% опрошенных дали другие ответы. А каждый пятый первокурсник пока не определился с планами на послевузовский период. Среди других ответов студенты обозначили фриланс.

Как видно из приведенных данных, студенты зачастую давали не один ответ на анализируемый вопрос. Это значит, что примерно треть первокурсников планируют после первого диплома о ВО совмещать работу и дальнейшую учебу.

Сравнительный анализ двух наиболее распространенных ответов показал интересные зависимости:

1) студенты бюджетной формы обучения почти в 3 раза чаще контрактников хотят продолжить обучение в магистратуре ИЭУ, а



последние почти в 2 раза чаще намерены после получения диплома работать;

2) чем выше была школьная успеваемость первокурсников, тем больше желания получить магистерское образование в ИЭУ, а менее успешные учащиеся чаще выбирают трудовой путь.

А теперь рассмотрим, какие сферы, деятельности, отрасли экономики являются более привлекательными для первокурсников. Отвечая на соответствующий вопрос, респонденты могли давать до 5 ответов (табл. 2).

Таблица 2 – Выбор отрасли народного хозяйства

Варианты ответов	% от числа опрошенных
Промышленность	5
Финансовые, страховые, налоговые организации	59
Жилищно-коммунальный комплекс	8
Здравоохранение	4
Правоохранительная система	21
Социальное обслуживание	5
Вооруженные Силы	7
Строительство	10
Сельское хозяйство	1
Транспорт	4
Связь, IT-технологии	13
Образование, наука	13
Культура, спорт, досуг	15
Туризм, гостиничное дело	13
СМИ	17
Торговля, общественное питание, бытовое обслуживание, сервис	22
Государственное, муниципальное управление	42
Другое	4
Отрасль не важна, лишь бы работать по своей профессии	8
Пока не определился	15

С большим отрывом от других отраслей деятельности лидирует финансовая сфера – почти 60% опрошенных студентов симпатизирует ей в плане трудоустройства. Много голосов (от 42% студентов) получило направление государственного и муниципального управления.

Чуть более 20% первокурсников готовы работать в правоохранительной системе, а также в сфере торговли, общественного питания или сервисного обслуживания. От 17% до 10% студентов назвали: СМИ; культурно-досуговую сферу; IT-сферу и связь; образование; туризм и гостиничное дело; строительство. Менее 10% голосов получили ЖКХ; Вооруженные Силы; промышленность; социальное обслуживание; здравоохранение; транспорт; сельское хозяйство. 15% первокурсников пока не определились с предпочитаемыми сферами трудовой деятельности, а 8% сказали, что отрасль для них не важна, лишь бы работать по специальности. Среди других ответов студенты обозначили дизайн.

Важнейшим аспектом планирования будущей трудовой деятельности является место жительства и места этой самой трудовой деятельности. Студентов попросили ответить на вопрос: «Где бы вы хотели жить и работать после окончания обучения?» (табл. 3).



Таблица 3 – Место будущего жительства и работы

Варианты ответов	% от числа опрошенных
В городе Кемерово	23
В другом городе/районе Кузбасса	5
В другом городе, регионе РФ	39
В другой стране	9
Другой вариант	2
Затрудняюсь ответить	23

Почти 40% студентов планируют переезд в другой регион России, а 9% – в другую страну. Наиболее привлекательными для будущего места жительства российскими городами и регионами кажутся Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск и другие.

Среди стран, где хотели бы жить и работать студенты в будущем, были названы: Южная Корея, Япония, КНР, Испания, Канада, Германия и Турция. Лишь 28% студентов продемонстрировали региональный патриотизм и готовы остаться в Кузбассе. Большинство из них хотели бы жить и работать в Кемерово. О переезде в другой регион России чаще мечтают девушки, бюджетники, хорошисты. А жить в Кемерово хотят, прежде всего, выпускники обычных школ и отличники.

Итоги нашего исследования можно сравнить с результатами исследования, которое проводилось в 2021 году. Объектом социологического исследования были студенты вузов города Кемерово третьего и старше курсов (бакалавриат и специалитет); предметом исследования стали жизненные, образовательные, профессиональные планы и миграционные настроения студентов. Для сбора информации использовались групповые анкетные опросы по месту учебы. Всего было опрошено 450 человек. Треть кемеровских студентов были намерены продолжить обучение на более высоком уровне высшего образования. Еще более четверти вузовских воспитанников (27%) планируют после получения диплома совмещать работу с дальнейшей учебой. Десятая часть студентов хотят получить еще одно высшее образование по-иному, чем сейчас, направлению подготовки. Таким образом, две трети обучающихся в университетах, академиях и институтах были готовы продолжать получать образование по окончании бакалавриата/специалитета. Лишь четверть студентов, получив дипломы, собираются работать. Около 5% опрошенных признались, что пока не решили, что будут делать по окончании вуза.

Что же касается отрасли экономики в которых желают трудиться кемеровские студенты то в каждом десятом случае они подчеркнули, что для них отрасль экономики не важна, лишь бы работа соответствовала полученной специальности. Чаще всего студенты хотят работать в организациях финансового профиля (это подтвердили 23% опрошенных). Далее плотной группой следуют сферы: культура, спорт, досуг; образование и наука; государственное и муниципальное управление;





торговля, общественное питание, бытовое обслуживание, сервис; здравоохранение; IT-технологии и связь; туризм и гостиничное дело; промышленность; СМИ; правоохранительные органы. Данные отрасли набрали от 19 до 11% откликов. Менее 10% составил рейтинг строительства (8%) и социального обслуживания (6%). А самые низкие показатели популярности оказались у Вооруженных Сил, сельского хозяйства, ЖКХ, транспорта – по 4% упоминаний. Среди прочих ответов прозвучали: косметология, предпринимательство, путешествия [5, с. 174].

При опросе студенты делились планами по поводу места будущей работы и жительства. Практически половина кемеровских студентов заражены идеей покинуть Кузбасс и обосноваться для жизни на других территориях. Доля патриотов своего города составила четверть вузовского студенчества. Каждый седьмой студент мечтает уехать за пределы России и строить свою жизнь там. Перечень регионов и городов РФ, а также зарубежных стран, которые привлекают кемеровских студентов весьма обширен. Чаще других в ответах респондентов звучали такие российские территории: Екатеринбург, Казань, Калининград, Краснодарский край, Москва, Новосибирск и другие. А среди стран наиболее привлекательными являлись Германия, Израиль, Канада, США, Чехия [3, с. 330].

Таким образом профессионально-образовательный план первокурсников ИЭУ Кемеровского государственного университета после окончания бакалавриата состоит в том, чтобы работать по своей специальности. А выбор отрасли народного хозяйства, в котором студенты в будущем планируют трудиться пал в большей степени на финансовые, страховые и налоговые организации. Что же касается места жительства и работы после окончания обучения то большинство учащихся планируют выбрать для данных целей другой город или регион России. Однако почти треть опрошенных хотели бы продолжать строить свое будущее в городе Кемерово.

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

1. Левицкая И. А. Профессиональное самоопределение как социокультурный процесс // Вестник Кемеровского государственного университета, 2014. №2.
2. Пряжников Н. С. Имитационная игра как средство формирования у оптантов умения строить личные профессиональные планы.
3. Морозова Е. А., Кочнева О. П. Миграционные настроения молодежи Кемеровской области – Кузбасса // Вестник Кемеровского государственного университета, 2021. №3.
4. Морозова Е. А., Кузнецова Т.А. Профессиональные предпочтения кузбасской молодежи – Кузбасса // Вестник Кемеровского государственного университета, 2022. №2.

© Гриненко Е.А., 2023





УДК 338

## ВЛИЯНИЕ АВТОМАТИЗАЦИИ НА ПРОЦЕССЫ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Гунина Н.С., Арифиллина Н.Н., Арифиллин Р.Х.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

В современном мире невозможно представить работу без автоматизации процессов. Отделы кадров, финансовые службы и производственные линии все более активно внедряют автоматизацию для повышения эффективности работы и уменьшения человеческого фактора. Однако, как это может повлиять на мотивацию и удовлетворенность персонала?

С одной стороны, автоматизация помогает ускорить выполнение задач и уменьшает вероятность ошибок. Результатом этого становится экономия времени и ресурсов, что может привести к повышению удовлетворенности персонала. Ведь чем меньше времени уходит на выполнение рутинных задач, тем больше времени остается для выполнения задач более интересных и творческих. Это могут быть те задачи, которые кому-то интересно решать, но до этого времени их просто не хватало на это времени.

С другой стороны, автоматизация может стать причиной уменьшения мотивации персонала, если автоматизация обойдется увольнением со стороны работодателя. Например, если работа на производственной линии перестанет требовать обязательного участия человека, возможно увольнение лишнего персонала в пользу автоматизации. Это может снизить удовлетворенность и мотивацию тех работников, которые остались на своих рабочих местах.

Однако также возможен более глубокий и долгосрочный эффект, связанный с автоматизацией. А именно, повышение квалификации персонала. Если переход на автоматизацию не означает увольнения сотрудников, то работники могут получить новые навыки и увеличить свою производительность. Это может привести к возможности роста по карьерной лестнице и увеличению оплаты труда.

Другим примером может служить сокращение документооборота. Автоматизация может позволить сократить время на выполнение бумажной работы и сосредоточиться на более важных задачах. Этот процесс может увеличить удобство работы в целом и привести к повышению мотивации и удовлетворенности персонала.



Автоматизация производственных и бизнес-процессов может влиять на мотивацию и удовлетворенность персонала, как положительно, так и отрицательно. Варианты ответа на автоматизацию зависят от способа внедрения автоматизации: если он производится с учетом интересов и уважения к сотрудникам, то повышение мотивации и удовлетворенности будет положительным. Однако, если перспективы сотрудников будут ущемлены, будет напротив, происходить отток кадров и некомпетентность в работе внешней системы будет отражаться на качестве продукции и плохо скажется на бизнесе в целом. Поэтому работодатели и отделы на внедрения автоматизации должны учитывать мнение сотрудников и настраиваться на встречу контактными решениям в интересах всех, что может содействовать более эффективному решению поставленных задач и выйти на новый, более качественный уровень работы.

В ситуации высокой текучести кадров автоматизация может стать способом снижения текучести кадров, улучшения производительности и эффективности работы компании.

Автоматизация может заменить рутинные задачи, которые раньше выполнялись вручную. Для многих работников регулярное выполнение одного и того же задания становится скучным и вызывает чувство неполноценности. Однако, если эту работу выполняет автоматическая система, она справляется с ней намного быстрее, более точно и без ошибок.

Автоматизация может также увеличить скорость выполнения задач, например, автоматический обмен данными с другими системами может происходить намного быстрее, чем если бы эти данные вводились вручную. Благодаря этому, работники смогут выполнить большее количество задач за меньшее время, что может уменьшить нагрузку и помочь избежать перегрузки.

Повышение эффективности работы также может насытить сотрудника чувством удовлетворения и связи с компанией. Если сотрудник видит, что его работа уважается и ценится, он будет более мотивирован и будет стремиться оставаться в компании. Это поможет предотвратить текучесть кадров и сохранить более опытных сотрудников.

Автоматизация может помочь улучшить общение между сотрудниками. Благодаря использованию различных программ и приложений, сотрудники могут более эффективно сопереживать и делиться информацией между собой. Это сокращает сроки выполнения задач, снижает степень хаоса в процессах и улучшает рабочие отношения между коллегами.

Автоматизация может оказать положительное влияние на текучесть кадров. Среди прочих факторов, влияющих на текучесть кадров, можно добавить следующие:



1. Карьерный рост – возможность карьерного роста может стимулировать сотрудников оставаться в компании и улучшать свои квалификации, чтобы достичь новых высот в карьере. Это может привести к повышению лояльности к компании и снижению текучести кадров.

2. Рабочая атмосфера – сотрудники, которые могут работать в комфортной и приятной атмосфере, склонны оставаться дольше в компании. Улучшение рабочей атмосферы может повысить лояльность и снизить текучесть кадров.

3. Благоприятные условия работы – компании, которые предоставляют своим сотрудникам удобные рабочие условия, такие как гибкие графики работы, возможность работы из дома, медицинскую страховку и т.д., могут увеличить уровень удовлетворенности сотрудников и снизить текучесть кадров.

4. Квалификационный рост – предоставление возможностей для повышения квалификации сотрудников может повысить уровень производительности и лояльности к компании. Компании, которые инвестируют в обучение и развитие своих сотрудников, обычно имеют более длительный срок работы с ними.

5. Культура компании – компании, которые имеют ясную миссию и ценности, и придерживаются их в работе, могут привлекать сотрудников, разделяющих эти ценности и убеждения. Такие сотрудники могут чувствовать сильную привязанность к компании и оставаться там дольше.

6. Связь со своим руководителем – хорошие отношения с руководителями могут иметь значительное значение для сотрудников. Компании, которые инвестируют в улучшение коммуникации между руководителями и сотрудниками, могут уменьшить текучесть кадров, т.к. сотрудники будут иметь больше доверия и уважения к своим руководителям.

Настроенная система автоматизации может существенно повысить производительность и эффективность работы компании, а также увеличить мотивацию сотрудников к дальнейшей работе в ней. Однако, важно помнить, что автоматизация не решит все проблемы внутри компании, она должна быть рассмотрена как один из шагов на пути к решению таких вопросов, как текучесть кадров.

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

1. А. П. Семина Автоматизация процесса управления персоналом // Вестник Академии знаний. 2020. №1 (36).

2. С. Д. Сучков Автоматизация системы управления кадрами предприятия // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2019. №4-1.

© Гунина Н.С., Арифуллина Н.Н., Арифуллин Р.Х., 2023





УДК 331.586

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

Густова К.К., Махнёва А.П.

Научный руководитель Левченко П.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования*

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

Стимулирование играет огромную роль в организации деятельности предприятия, оно направлено на мотивацию работника к эффективному и качественному труду. Как известно, стимулирование – это применение стимулов для воздействия на старания, усилия и целеустремлённость человека в работе, решении задач, которые стоят перед организацией

Для стимулирования труда персонала существует достаточно широкий арсенал методов: материальное и моральное поощрение, предоставление социальных льгот, участие в управлении, капитале, прибыли. В современных организациях важнейший акцент делается именно на персонал, по причине того, что он является главным фактором, который обеспечивает успешность и конкурентоспособность развитых предприятий. От конкретных людей, от их квалификации, профессионализма, мотивации, знаний и целеустремлённости зависит успех совершенно любой организации. Человек будет готов работать с большой отдачей, преодолевать любые сложности и решать проблемы на пути к поставленной цели только в том случае, если работа и, то вознаграждение, которое он получает в результате полностью удовлетворяют и привлекательны для него. Необходимо не только создать необходимые условия и создать функциональную разгрузку персонала, но и вызвать желание сотрудников активно, энергично выполнять те действия, которые помогут организации приблизиться к достижению поставленных целей.

Стимулирование персонала – это процесс, который направлен на повышение эффективности и мотивации работников. Это может быть достигнуто различными способами, такими как повышение заработной платы, предоставление бонусов, организация корпоративных мероприятий, обучение и развитие персонала и т.д. [1].

Стимулирование персонала имеет несколько преимуществ для компании, включая улучшение производительности, сокращение текучести кадров, повышение качества работы, улучшение отношений между коллегами и т.д.





Одним из самых эффективных способов стимулирования персонала является создание комфортной рабочей среды, где работники чувствуют себя важными и уважаемыми, имеют возможность реализовывать свой потенциал и получать достойную оплату труда. Кроме того, важно предоставлять возможности для развития и продвижения по карьерной лестнице, обеспечивая персоналу четкие цели и задачи, регулярную обратную связь и поддержку в достижении поставленных целей.

В целом, стимулирование персонала является ключевым фактором успеха любой организации, и компании должны постоянно работать над улучшением условий работы и мотивации своих сотрудников.

Для того, чтобы организация функционировала эффективно, необходимо грамотно и правильно организовывать труд персонала, в то же время используя разные эффективные методы управления персоналом. Для этого существуют системы мотивации и стимулирования работников в организациях. В тех компаниях, в которых плохо развита система стимулирования персонала может возникать различное множество проблем. Приведем в пример типичные проблемы, которые в той или иной степени связаны с мотивацией работников: недобросовестное отношение к труду; высокая текучесть кадров; высокая конфликтность в коллективе; некачественный труд, большой процент брака; низкий профессиональный уровень работников.

Мотивация является основополагающим фактором побуждения работников к высокопроизводительному труду. В свою очередь функционирование систем мотивации, их разработка преимущественно зависят от работников управленческого звена, от их квалификации, деловых качеств и других качественных и профессиональных характеристик [3].

С развитием социальных отношений в обществе меняются потребности подчиненных и соответственно способы их стимулирования. Для стимулирования труда персонала существует достаточно широкий арсенал методов: материальное и моральное поощрение, предоставление социальных льгот, участие в управлении, капитале, прибыли. Все формы стимулирования хороши и важны, но они показывают неодинаковую результативность по отношению к сотрудникам разных мотивационных типов. Руководители зачастую склонны использовать только свои излюбленные методы стимулирования – зачастую это те, которые бы лучше всего подействовали на них самих. Как показывают современные исследования, определенные виды стимулирования подходят только для конкретных типов сотрудников и являются базовыми.

Ранее мы уже упоминали методы стимулирования. Рассмотрим более подробно этот вопрос и приведем варианты совершенствования данных методов.





Существует несколько методов стимулирования персонала, которые могут быть совершенствованы для повышения их эффективности:

1. Финансовые стимулы: вознаграждение сотрудников за достижение определенных целей. Однако, для повышения эффективности, необходимо убедиться в том, что вознаграждения соответствуют достижениям и не приводят к несправедливости или конфликтам.

2. Развитие карьеры: создание ясной системы карьерного роста и возможности для обучения и развития. Для улучшения эффективности этого метода, необходимо обеспечить доступность обучения и развития как для новых, так и для более опытных сотрудников.

3. Повышение удовлетворенности работой: создание условий, которые позволяют сотрудникам чувствовать себя ценными и уважаемыми. Для улучшения эффективности этого метода, необходимо обеспечить рабочую среду, которая способствует удовлетворенности и поддерживает здоровые отношения между сотрудниками.

4. Разнообразие задач: создание возможности для выполнения разнообразных задач, которые могут помочь сотрудникам развиваться и расширять свои навыки. Для улучшения эффективности этого метода, необходимо убедиться в том, что задачи соответствуют компетенциям и интересам сотрудников.

5. Поддержка баланса между работой и личной жизнью: создание гибких графиков работы и возможностей для отпусков и отгулов. Для улучшения эффективности этого метода, необходимо убедиться в том, что гибкие графики работы не влияют на производительность сотрудников и не создают неравенства между ними.

Соблюдая все принципы стимулирования труда, можно получить необходимый результат от работника, так как с их помощью повышается эффективность производства, которая выражается в повышении производительности труда и качестве продукции.

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

1. Артемова, М.В. Управление мотивацией – это польза или вред? / М.В. Артемова // Управление персоналом. - 2016. - №12. - С.48-51.

2. Баринов, В.А., Макаров, Л.В. Корпоративная культура организации в России / В.А. Баринов, Л.В. Макаров // Менеджмент в России и за рубежом, - 2016. - № 2. - С. 111-121.

3. Егоршин, А.П. Мотивация трудовой деятельности: Учебное пособие / А.П. Егоршин. – 3-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 464 с.

4. Уткин, Э.А. Мотивационный менеджмент / Э.А. Уткин – М.: ТАНДЕМ; Экмос, 2016.- 453 с.

5. Корпоративный менеджмент – финансовый анализ [Электронный ресурс] – URL: [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)

© Густова К.К., Махнёва А.П., 2023





## Авторский указатель

### А

Абдуллаева А.А., 4  
Авдеева Э.А., 6  
Авеев Б.В., 11  
Агаркова И.В., 15  
Александропуло Е.В., 18  
Алексеева А.В., 21  
Алексеева А.Д., 26  
Андросов А.В., 31  
Анженко Я.С., 35  
Аноховская К.А., 39  
Анциферова М.И., 44  
Апанасик П.И., 49  
Арифиллин Р.Х., 282  
Арифиллина Н.Н., 282  
Артёмова М.А., 53  
Арутюнян А.А., 56  
Асанов К.Э., 59  
Астапова Е.В., 63, 67, 70  
Атрашенко Е.С., 73  
Афонина П.С., 76  
Ахмерова А.Ш., 80  
Ахметова И.Р., 85  
Ашивкина Е.Г., 88

### Б

Баллод А.К., 91  
Балобан А.А., 94  
Баркинхоева Д.Б., 98  
Барский Я.О., 102  
Барсукова А.Н., 108  
Бартенев С.В., 113  
Бекбулатова А.А., 116  
Белова П.В., 121  
Белугина В.В., 125  
Беляева М.Д., 128  
Биджиев Р.Д., 131  
Бикбулатова В.Э., 135  
Бобков А.Е., 138  
Богданова Ю.Д., 144  
Бондарев А.В., 146, 150  
Боса Е.Ч.Н.Ч., 154, 160  
Браславский О.М., 244  
Бренман А.И., 165  
Будян В.П., 171  
Бузькевич А.О., 176  
Буравихина К.К., 179  
Бурденко Е.В., 261

### В

Вахомчик А.В., 44  
Вахрушева П.А., 182, 272  
Ветлужских В.Д., 187  
Виноградова Е.С., 190  
Винокуров Д.А., 194  
Власова Е.А., 199  
Волкова В.Н., 202  
Воронина Е.А., 205

### Г

Гайдес А.Л., 210  
Галяткин С.А., 214  
Гараев О.Р., 217  
Герасенко В.П., 250  
Гладков А.П., 222  
Голосная Е.А., 225  
Голяко Е.И., 227  
Гончаров Н.А., 231, 237, 244  
Гончарук И.И., 250  
Городецкая М.К., 253  
Горожанкина П.А., 257  
Горский А.А., 18  
Горьянова А.О., 261  
Грехов А.А., 264  
Григорьев А.В., 268  
Григорьев В.А., 272  
Гриненко Е.А., 277  
Гунина Н.С., 282  
Гусева М.А., 121  
Густова К.К., 285  
Гущина Е.А., 108

### Е

Егорова Л.Э., 85

### З

Зернова Л.Е., 56, 210  
Зотикова О.Н., 231

### И

Иващенко Н.С., 257

### К

Крагель А.А., 94  
Криворотова Д.А., 125





Куранда Д.С., 21

## Л

Левченко П.А., 15

## М

Макарова Н.С., 131

Марварова А.Ф., 39

Махнёва А.П., 285

## Н

Наварко А.С., 49

Надольская Д.А., 73

Назаренко О.В., 146, 150

Новопашина Е.С., 194

## О

Ордынец А.А., 91, 182

## П

Панова Е.О., 253

Петрова Е.А., 144

Пупенцова С.В., 31, 44, 171

## Р

Радионов Н.В., 121

Реченко С.С., 44

Рудковская М.М., 205

## С

Сацкевич Е.А., 21

Семенова И.А., 187

Сергеева Д.С., 202

## Т

Тарута С.В., 116

Титов В.Н., 199

## У

Уланова М.М., 199

## Ф

Фирстова М.А., 227

## Ш

Шальмиева Д.Б., 190



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ  
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ВЕКТОР

## Научное издание

**«Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития»  
(Вектор-2023)  
сборник материалов  
Часть 1**

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 № 103-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