МИНОБРНАУКИ РОССИИ

УНИВЕРСИТЕТ КОСЫГИНА

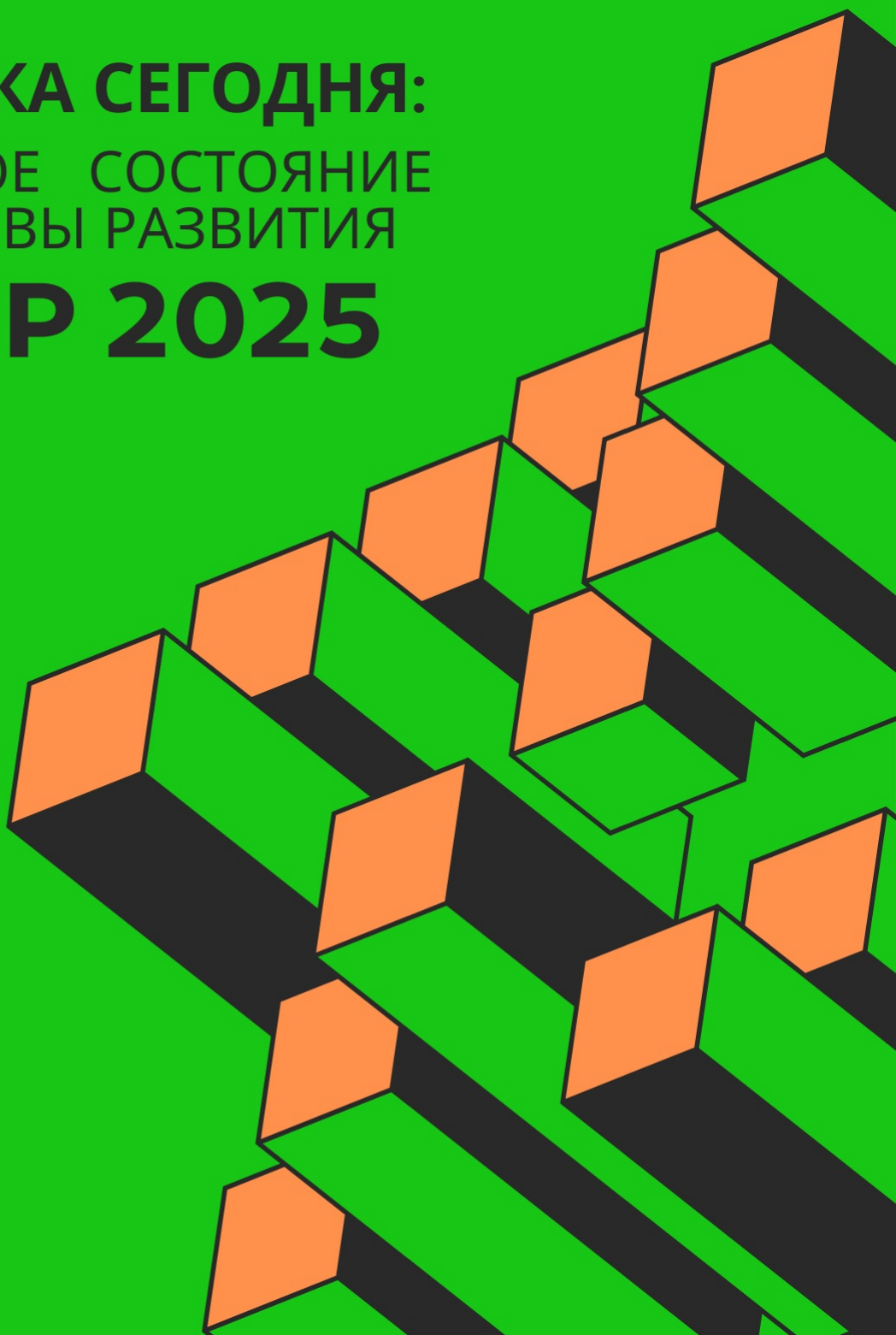
СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ
С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ

ЭКОНОМИКА СЕГОДНЯ:

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

ВЕКТОР 2025



ЧАСТЬ 1

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-2025)

21 мая 2025 г.

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
Часть 1

МОСКВА - 2025

УДК 33(06)
ББК 65
В85

В85 Всероссийская научная конференция молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2025): 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», 2025. – 270 с.

ISBN 978-5-00181-813-7

Сборник составлен по итогам Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2025), состоявшейся 21 мая 2025 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 с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2025) ссылка на сборник статей обязательна.

УДК 33(06)
ББК 74:58:72

Редакционная коллегия

Силаков А.В., проректор по науке и инновациям; Андросова И.В., старший преподаватель; Бузькевич А.О., преподаватель

Научное издание

ISBN 978-5-00181-813-7

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2025
© Коллектив авторов, 2025
© Дизайн Андросова И.В., Бузькевич А.О.

УДК 366.12

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ НА ПОВЕДЕНИЕ КЛИЕНТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Аббясова К.Ш.
Научный руководитель Политова Р.В.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва

Экономический кризис характеризуется колебаниями и негативными явлениями в виде массовых банкротств, безработицы и снижения жизненного уровня населения. Это повторяющееся с определенной периодичностью явление оказывает значительное негативное влияние на поведение клиентов. При экономическом кризисе, в отличии от личностных или социальных, проявляются особенности поведения клиентов.

Рынок услуг особенно чувствителен к кризисным явлениям из-за своей зависимости от клиентского спроса. Например, в ходе пандемии в 2020 году мировой рынок услуг сократился на 20%, с особенно сильным ударом по туристической и ресторанной отраслям. Это связано с тем, что в условиях кризиса потребители склонны сокращать расходы на услуги, которые не являются жизненно необходимыми, и переходить к более экономным моделям потребления. В результате предприятия сферы услуг вынуждены адаптироваться к новым условиям, что может включать внедрение цифровых технологий, изменение бизнес-моделей и переориентацию на новые сегменты рынка [1].

В условиях экономических кризисов наблюдаются значительные изменения в клиентских предпочтениях. Клиенты начинают отдавать предпочтение товарам и услугам со скидками, что свидетельствует о стремлении к экономии. Это явление обусловлено общим снижением доходов населения и ростом неопределенности, что заставляет людей пересматривать свои расходы. В таких условиях потребители чаще выбирают услуги первой необходимости, что в свою очередь приводит к снижению спроса на предметы роскоши и необязательные услуги. Таким образом, кризисные явления существенно влияют на структуру потребления, делая её более рациональной.

Экономические кризисы неизбежно сопровождаются снижением доходов населения, что оказывает значительное влияние на клиентский спрос. Например, в период экономического кризиса 2014-2015 годов в России доходы населения снизились на 7%. Это сокращение привело к уменьшению потребления даже таких базовых товаров, как продукты питания, на 3,5%. Снижение доходов вынуждает потребителей пересматривать свои привычки, отдавая предпочтение товарам и услугам с

более низкой стоимостью или отказываясь от необязательных услуг. Изменение доходов населения становится одним из ключевых факторов, формирующих структуру спроса в условиях кризиса [2].

В условиях кризиса предприятия часто вынуждены корректировать ценовую политику, чтобы сохранить клиентскую базу и поддерживать уровень продаж. Так, в 2020 году, во время пандемии COVID-19, 47% потребителей в США изменили свои предпочтения в сторону более доступных товаров и услуг, что свидетельствует о высокой чувствительности клиентов к ценам в условиях экономической нестабильности. Эта реакция требует от предприятий гибкости и адаптивности в формировании тарифов, а также внедрения специальных предложений, скидок и акций для привлечения и удержания клиентов [3].

Доступность кредитов и других финансовых инструментов играет важную роль в поддержании покупательской активности в кризисные времена. Например, во время глобального финансового кризиса 2008 года объемы потребительского кредитования в России сократились на 25%, что оказало значительное влияние на уровень покупательской способности населения. Ограниченный доступ к кредитным ресурсам вынуждает потребителей снижать объемы покупок и искать более экономичные варианты, что подчеркивает важность финансовой стабильности для поддержания спроса на рынке услуг. Кризисы обостряют проблемы, существующие в банковском секторе, создавая недоверие к отдельным банкам и сдерживая инвестиционную активность как физических, так и юридических лиц – клиентов коммерческих банков. Это подтверждает, что финансовая стабильность является ключевым фактором для обеспечения устойчивого спроса на рынке.

В условиях кризисных явлений предприятия сферы услуг сталкиваются с необходимостью оперативной адаптации к изменяющимся условиям рынка. Основными стратегиями, применяемыми в таких случаях, являются внедрение программ лояльности, оптимизация затрат, расширение каналов взаимодействия с клиентами и цифровизация процессов. Например, в период финансового кризиса 2008 года компании активно применяли программы лояльности, что способствовало удержанию клиентов и увеличению повторных продаж на 20%. Такие меры позволяют предприятиям не только сохранить клиентскую базу, но и повысить их доверие и удовлетворенность [4].

Эффективность стратегий адаптации подтверждается практическими примерами из различных кризисных периодов. Компании, инвестировавшие в цифровизацию, смогли сильно увеличить операционную эффективность. Это свидетельствует о том, что внедрение инновационных технологий и модернизация играют ключевую роль в обеспечении устойчивости и конкурентоспособности предприятий в условиях нестабильности. На Международном форуме молодых

исследователей отмечается, что «цифровизация управления играет важную роль в повышении эффективности организаций, особенно в условиях кризисных ситуаций, что требует комплексного подхода к их анализу». Примеры успешной адаптации подтверждают значимость стратегического подхода к управлению в кризисных ситуациях, подчеркивая необходимость учета различных факторов и обстоятельств [5].

Экономические и социальные кризисы приводят к значительным изменениям в клиентских предпочтениях, мотивациях и привычках. Были рассмотрены факторы, такие как снижение доходов населения, изменение ценовой политики и доступность кредитных инструментов, которые существенно влияют на принятие решений потребителями. Также было подчеркнуто значение социальных и культурных изменений, а также роли информации и коммуникации в формировании потребительского поведения.

Сотрудники предприятий сферы услуг помогают адаптироваться своим клиентам в условиях кризиса с пересмотром тарифов, улучшением качества обслуживания или разработкой новых услуг, созданием программы лояльности и совместных акций с другими компаниями. Такие способы помогают повышать свою конкурентоспособность предприятий при кризисных явлениях и увеличивать доверие клиентов.

Список использованных источников:

1. Ахмедова Р.Р., Покаместов И.Е. Применение конкурентных стратегий для предприятий ресторанного бизнеса в условиях цифровизации экономики. – URL: https://repository.rudn.ru/ (21. 04.2022)

2. Аразян Е.М. Торговля и рынок. – URL: http://www.economdevelopment.ru/wp-content/uploads/ (21. 04.2022)

3. Бочарова А. Каковы последние тенденции в мотивации и покупательском поведении? Какие методы стимулирования продаж актуальны сегодня? – URL: http://upretail.ru/fuq-1.php (19.03.2025)

4. Ашмарин А.В. Понятие конкурентоспособности. Международной научно-практической конференции 24.04.2025. – Петрозаводск: МЦНП «НОВАЯ НАУКА». - URL: https://sciencen.org/assets/Kontent/Konferencii/Arhiv-konferencij/KOF-1302.pdf (31. 04.2025)

5. Кузнецова Д. Покупательские привычки: что нужно знать о клиенте, чтобы продавать больше. – URL: https://altasales.ru/pokupatelskie-privychki-chto-nuzhno-znat-o-kliente-chtoby-prodavat-bolshe (18.03.2025)

© Аббясова К.Ш., 2025

УДК 330.34

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ ЕМКОСТИ FASHION-TECH: КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ И МЕТОДЫ

Аверьянова А.С.

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

Рынок fashion-tech представляет собой междисциплинарную область, интегрирующую достижения модной индустрии и современных цифровых технологий [1].

Для России, где проникновение интернета в 2024 году составляет 85,5%, а доля e-commerce в розничной торговле достигла 23%, этот рынок представляется крайне перспективным. Согласно прогнозам, рынок электронной коммерции в стране вырастет до 32-35 трлн. рублей к 2030 году. Fashion занимает более 50% от общего объема рынка e-commerce, что подтверждает высокий интерес и потенциал для инновационных сервисов в области моды [2].

Основная проблема продвижения инновационного продукта заключается в том, что рынок еще не сформировался. Также следует заметить, что инновационный продукт может формировать новый рынок или новый сегмент рынка, но может выходить и на существующий рынок, заменяя устаревшие продукты.

Для того, чтобы разработать маркетинговую стратегию и сформировать бизнес-цель менеджеры технологических компании используют различные инструменты оценки рыночной емкости, эффективность которых подтверждается опытом и практикой.

Изучение методов оценки рыночной емкости в условиях инновационных рынков показывает, что многие методы прогнозирования сложны в применении из-за невозможности сбора ретроспективных данных для построения трендов. Это касается методов, использующих сезонные колебания, экстраполяцию и экспертные методы, которые страдают от высокой субъективности и низкой точности.

Вместо этого, эффективным инструментом являются экономико-математические модели, которые могут прогнозировать рыночную конъюнктуру с помощью различных структур, таких как мультипликативно-аддитивные и многофакторные модели. Однако даже такие модели не всегда способны учесть все значимые факторы из-за сложности взаимосвязей и возможной мультиколлинеарности, что снижает точность прогноза.

Кроме того, существует несколько ключевых групп методов оценки емкости рынка, включая: методы, основанные на оценке рыночной емкости

через предложение; методы, ориентированные на спрос; и методы, позволяющие провести оценку через сравнение с другими рынками.

Методы первой группы, использующие фактические объемы продаж или объема производства, обладают высокой точностью и универсальностью. Они не имеют значительных ограничений в применении и могут использоваться для анализа различных рынков, от сегментов до более широких регионов или стран. Однако они требуют значительных усилий для сбора и анализа данных о продажах, которые могут быть труднодоступны.

Методы, ориентированные на спрос, могут использовать информацию о потребительских предпочтениях или нормативных данных, но имеют свои ограничения в зависимости от масштаба и типа оцениваемого рынка. Кроме того, такие методы требуют трудоемкости при сборе данных и учета множества факторов, таких как изменение стоимости денег во времени и возможности оценки в различных выражениях.

Наконец, метод сравнительного анализа, основанный на экстраполяции данных с аналогичных рынков, что помогает компенсировать дефицит информации о целевом рынке. Хотя этот метод ограничен различиями в рыночных структурах и потребительских предпочтениях, что может снижать точность прогноза, он остается полезным для первичной оценки емкости, особенно в условиях неопределенности и на ранних стадиях развития рынка [3].

Для рынка fashion-tech в зависимости от типа и вида самой инновации могут быть применимы разные методы. В частности, при анализе инновационной продукции потребительского назначения целесообразно использовать методы, основанные на нормах потребления сопоставимых товаров или продуктов-субститутов, что позволяет экстраполировать потенциальный объем спроса на рассматриваемую инновацию.

Обращаясь к высказываниям В.С. Протасени, можно выделить следующую последовательность расчета потенциальной емкости рынка инноваций: выполнение пространственно-временной локализации исследуемого рынка с учётом географических и временных границ анализа; формирование системы показателей, комплексно отражающих как абсолютное значение, так и динамику потенциальной рыночной емкости, а также выбор наиболее адекватных методов расчета, исходя из специфики инновации и актуальной рыночной конъюнктуры; непосредственное проведение расчетов с использованием итеративного подхода, обеспечивающего уточнение результатов и повышение точности прогнозных оценок [4].

Придерживаясь данной последовательности целесообразно рассмотреть процесс оценки рыночной емкости для стартапа MALM Capsule – цифрового сервиса, специализирующегося на персонализированном подборе капсульного гардероба с применением

технологий искусственного интеллекта. В рамках данного анализа используются методы рыночной сегментации и количественной оценки, включая TAM, SAM, SOM и PAM, с их последующей адаптацией к специфике отрасли fashion-tech. В случае fashion-tech, который сочетает в себе моду и технологии, эти методы помогают адаптировать оценку рыночной емкости с учетом специфики технологических решений и особенностей потребительского поведения в разных регионах.

Расчет потенциала рынка осуществляем с помощью методики «сверху вниз», состоящей из шести этапов [5].

На первом этапе определяются потребности клиентов сервиса. Основная потребность целевого потребителя – быстро и удобно обновлять гардероб с учетом индивидуальных предпочтений, что означает потребность в персонализированном подборе одежды без лишних затрат времени.

Вторым этапом определяется актуальность проекта. Цифровой продукт – сервис MALM Capsule для персонализированного подбора капсульных гардеробов. Пользователи могут быстро получить рекомендации по одежде, основанные на их стиле и предпочтениях, не тратя время на поиск. Также у них есть возможность просматривать предложенные комплекты заранее и заказывать нужные вещи с доставкой на дом. Это делает сервис удобным и актуальным для людей с плотным графиком.

На третьем этапе, рассчитывается показатель TAM. Общий адресуемый рынок включает женщин в возрасте 20-45 лет, которые потенциально заинтересованы в использовании персонализированных услуг по подбору капсульного гардероба. Рыночная емкость в данном случае рассчитывается на год. Согласно данным Росстата на 1 января 2024 года, численность городских женщин в этом возрасте составляет около 79 миллионов человек в России [6]. 70% женщин в этой возрастной группе активно покупают одежду онлайн, что составляет примерно 55,3 миллион человек [2]. Ожидается, что 30% из этих пользователей могут быть заинтересованы в услугах персонализированного подбора гардероба, что дает потенциальный рынок в 16,6 миллиона человек.

На четвертом этапе, осуществляя пространственно-временную привязку рынка, определяется географическая область и временной промежуток для расчета рыночной емкости, которые могут повлиять на доступность продукта для пользователей рассчитывается показатель SAM. Поскольку сервис MALM Capsule ориентирован на крупные города России, можно оценить, что примерно 50% от TAM находятся в этих регионах, где уровень интернет-пользования и спрос на персонализированные услуги выше. Таким образом, $\text{SAM} = 16{,}6\ \text{миллиона} \times 50\% = 8{,}3\ \text{миллиона человек}$.

Пятым этапом рассчитываем показатель SOM. Доступный рынок оценивает, сколько из SAM сервис реально может захватить, учитывая маркетинговые усилия, конкуренцию и другие факторы. В начальной фазе развития сервис может рассчитывать на 5% от SAM, что является достаточно стандартной величиной для новых цифровых сервисов на рынке. Таким образом, $\text{SOM} = 16{,}6\,\text{миллиона} \times 5\% = 415\,000\,\text{человек}$, что является реалистичной целью для привлечения пользователей в первые годы работы.

Шестым этапом рассчитываем показатель PAM, который представляет собой сегмент SAM, который может быть реально обслужен с учетом характеристик самого продукта. Поскольку MALM Capsule ориентирован на пользователей, которым требуется регулярное обновление гардероба и персонализированные рекомендации, можно предположить, что примерно 60% от SAM будут заинтересованы в этом типе услуги. Таким образом, $\text{PAM} = 8{,}3\,\text{миллиона} \times 60\% = 4{,}98\,\text{миллиона человек}$, что отражает потенциальный рынок для этого конкретного продукта с учетом потребностей аудитории и специфики услуги.

Эти данные позволяют более точно планировать стратегии для выхода на рынок, определять целевые сегменты и прогнозировать финансовые результаты в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

В заключение следует отметить, что применение данных методов и принципов при формировании модели прогноза рыночной емкости позволит предоставить экономико-математическое обоснование поведения потребителей при выборе персонализированных услуг по подбору капсульного гардероба, что обеспечит более точную оценку потенциальных изменений факторов, влияющих на емкость рынка в сфере fashion-tech; обосновать ключевые пороговые значения факторов, которые могут предопределить рост или снижение спроса на такие услуги, а также определить условия, при которых потребление данных продуктов может значительно сократиться или прекратиться полностью.

Список использованных источников:

1. Материалы Международной научно-практической конференции «Молодёжь, наука, технологии – 2023» / под ред. О.В. Еремина. – Омск: ОмГУ, 2023. – С. 107. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://files.omsu.ru/science/materialy-konferentsiy/2023/Mtt1.pdf#page=107 (дата обращения: 04.05.2025).

2. Развитие электронной коммерции в России – М.: Яков и Партнёры, 2025. – С. 29. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://adindex.ru/publication/analitics/search/2025/03/17/331698.phtml (дата обращения: 06.05.2025).

3. Будрина, Е.С., Лебедева, А.С. Методика оценки емкости рынка инноваций / Е.С. Будрина, А.С. Лебедева. – [Электронный ресурс]. –

Доступно по ссылке: https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-otsenki-emkosti-rynka-innovatsiy/viewer (дата обращения: 07.05.2025).

4. Протасеня, В.С. Методические подходы к оценке потенциальной емкости рынка инноваций / В.С. Протасеня // Экономика и управление. – 2020. – № 4. – С. 139–140. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/102921/1/Protasenya_139_140.pdf (дата обращения: 04.05.2025).

5. Шабаршин, А. 4 главных показателя для оценки вашего рынка. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rb.ru/opinion/market-capacity/ (дата обращения: 04.05.2025).

6. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Компendium "Россия в цифрах 2024" / Росстат. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13284 (дата обращения: 06.05.2025).

© Аверьянова А.С., 2025

УДК 640.43; 725.71

СОЗДАНИЕ УСТОЙЧИВОЙ КОНЦЕПЦИИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Айдинова И.А., Пузикова Т.А., Страчкова Е.Г.

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

В современном мире сфера общественного питания очень многогранна и хорошо развита, большое количество различного рода ресторанов и кафе занимают огромную часть рынка, из-за чего конкуренция в данной сфере становится высокой и пробиться новым организациям довольно затруднительно. С увеличением количества разнообразных заведений меняются и предпочтения потребителей, повышается спрос на необычные креативные места, способные удивить посетителей своей яркостью и вызвать много положительных впечатлений.

В такой ситуации главная цель заведений общественного питания – вкусная еда и разнообразное меню – уходят на второй план, а на первом места становится что-то необычное, непохожее на все остальное. Ключевым фактором успеха в такой ситуации становится создание устойчивой концепции ресторана. Устойчивость в данном случае означает не только новизна, но и способность бизнеса адаптироваться, оставаться прибыльным и востребованным в долгосрочной перспективе среди большого количества конкурентов.

Если говорить о том, что такое концепция в широком понимании – это определённый способ представления, собственные соображения, система

взглядов и понимание явлений и процессов. Концепция, в переводе с латинского означает понимание или система; она представляет собой определенный подход в понимании и осмыслении какого-либо научного, технического, исторического, политического и другого явления или процесса. Концепция подается как идея с ясной методологией с четко и логично выстроенными принципами; также это понимается как основной замысел или идея в любом виде человеческой деятельности [1].

Концепция ресторана, в свою очередь, – это тема или идея, определяющая дизайн, меню, обслуживание и атмосферу ресторана; концепция должна отражать уникальность заведения и быть понятной как для сотрудников, так и для гостей. Другими словами, все, что влияет на аудиторию и опыт, который гости получают, является частью концепции ресторана; это то, на чем строится все остальное заведение, из каких особенностей оно состоит и что отличает его от схожих мест [2].

Первый шаг для создания уникальной концепции ресторана – формулирование уникального предложения; это должна быть идея, которая выделит ресторан среди множества других. Такой идеей может стать практически что угодно, к примеру, авторская кухня, необычное сочетание продуктов, специальный формат обслуживания или тематическое оформлением пространства. Очень важно придумать такую идею, которая будет привлекать внимание клиентов не только на одно посещение, но и на последующие визиты. Оформление пространства и дизайн помещения – первое, что вызывает яркие впечатления у гостя при входе в ресторан; дизайн помещения должен соответствовать общей идеи заведения, к примеру, оформленное в морской тематике пространство должно содержать в себе подходящий интерьер (мебель, освещение, цвета), детали декора, стиль меню, униформа – все это должно складывать единую слаженную тематику. Музыкальное сопровождение также важный элемент эмоционального восприятия, как и аромат, подача блюд и посуда. Таким образом, общая концепция должна воздействовать в равной степени на визуальные, эмоциональные и обонятельные аспекты человека.

Следующим важным пунктом для создания устойчивой концепции ресторана является выбор кухни – национальная, авторская, сочетание различного рода видов; выбор кухни должен соответствовать запросам целевой аудитории и общей идее заведения.

Говоря о целевой аудитории – очень важно правильно определить, кто является гостем ресторана: молодежь ценит тренды, доступность, стиль и удобство; бизнес-клиенты ищут спокойную атмосферу и качественный сервис; семьям с детьми важно наличие детского меню, безопасность и удобство заведения; туристы в первую очередь ищут необычность и яркость впечатлений, чтобы запомнить посещение ресторана на долгое время.

Понимание того, что именно хочет видеть в ресторане целевая аудитория, позволит правильно сформировать общую идею и подстроить

все необходимые шаги для достижения устойчивой концепции, которая будет привлекать к себе внимание.

Также не менее важным шагом является продуманная фирменная идея и «изюминка» ресторана – это может быть живая кухня, уникальность подачи, экологические программы, использование органических продуктов и поддержание правильного питания. Одной из таких идей может быть проведение мероприятий по различным поводам. Первое по популярности место для проведения праздников – это ресторан; большое количество корпоративов, дней рождения, свадеб проводятся в ресторанах. 70% населения Российской Федерации предпочитают проведение свадеб в ресторанах и банкетных залах, второй по популярности праздник для проведения в ресторане – корпоративы, как новогодние, так и по другим праздникам – 60%. 35% проводят в ресторанах свои дни рождения, а 30% населения предпочитают рестораны для детских праздников [3]. В целом из общей статистики 30% населения проводят мероприятия в ресторанах, отсюда можно сделать вывод, что проводить время вне дома – довольно популярный вариант досуга. Использую такую статистику можно одним из фирменных идей ресторана предложить гостям готовые собранные пакетные предложения для поведения праздника. Детские и взрослые праздники могут включать в себя не только праздничный ужин и торт, а также украшение зала под тематику праздника, индивидуальное меню и приглашения, развлечения, фотограф, фотозона и прочее. Для корпоративов очень важно продуманная программа, чтобы она подходила под суть компании и включала в себя те темы, которые могут сплотить сотрудников этой компании. Свадьбы практически все время являются наиболее прибыльным видом празднования; начиная от украшения зала, приглашения гостям и фотозоны, заканчивая ведущим и диджеем, фотографом и видеографом – все это должно быть на детальном обсуждении с гостем, а привлекательная идея ресторана и его концепция может послужить решающим фактором при выборе места.

Проведение праздников в ресторане – это эффективный инструмент как для привлечения гостей, так и для повышения лояльности существующих клиентов. Праздничные мероприятия – это повод для новых гостей заглянуть в заведение; это может быть тематический вечер, концерт, кулинарный мастер-класс или праздник по случаю календарной даты. Яркое событие привлекает внимание, особенно если оно активно продвигается через соцсети и рекламу. Яркое, хорошо организованное мероприятие делает ресторан заметным – гости делятся фото и видео в соцсетях, что усиливает органическое продвижение и расширяет охват аудитории. Тематика мероприятия может раскрыть суть и уникальность ресторана: например, грузинский вечер с хинкали и национальной музыкой в грузинском ресторане или веган-фестиваль в экокафе; это усиливает имидж ресторана и подчеркивает его индивидуальность. В периоды снижения

активности (например, после праздников или в будние дни) проведение мероприятий помогает заполнить зал и поддерживать выручку. Праздники в ресторане – это не просто развлечение, а стратегический маркетинговый ход, который помогает бизнесу расти, усиливать связь с гостями и выделяться на фоне конкурентов.

Однако для создания устойчивой концепции очень важно обращать внимание на внешние факторы, которые могут повлиять на то, каким образом эта концепция будет оставаться успешной на рынке; эти факторы формируют условия, в которых работает заведение, и могут как способствовать успеху, так и создавать риски [4]:

1. Рынок и конкуренция. Наличие большого числа заведений в районе влияет на выбор концепции – нужно искать уникальность. Если в районе много фаст-фуда, может быть выгодно открыть кафе с домашней кухней. Ценовой сегмент: уровень цен у конкурентов помогает определить собственную ценовую политику.

2. Географическое расположение. Местоположение ресторана (центр города, спальный район, торговый центр, туристическая зона) влияет на трафик и ожидания гостей. Наличие парковки, близость к метро или остановкам увеличивают проходимость ресторана. Рядом с офисами хорошо работают бизнес-ланчи, возле университетов – демократичные кафе.

3. Социально-демографические факторы. Возраст и стиль жизни населения: молодежь ценит креатив и доступность, семьи – комфорт и детские зоны, уровень дохода определяет, может ли район поддерживать премиальный или эконом-сегмент. Религия, традиции и вкусовые предпочтения влияют на выбор кухни и ассортимента.

4. Экономическая ситуация. Уровень инфляции и покупательной способности влияет на ценообразование и объем потребления. Налоги и стоимость аренды напрямую влияют на рентабельность и масштабность концепции.

5. Законодательство и нормы. Санитарные и противопожарные требования: влияют на планировку и оборудование кухни. Необходимость лицензий могут ограничить формат заведения. Регулирование наружной рекламы влияет на продвижение бренда.

6. Туристический поток. В местах с активным туризмом концепция должна учитывать интерес иностранных гостей, предлагать англоязычное меню, узнаваемые блюда и понятный сервис.

Внешние факторы – это условия, окружающие ресторан, с которыми нужно считаться; их грамотный анализ позволяет адаптировать концепцию под реальный спрос, выбрать удачное позиционирование и избежать ошибок.

Создание устойчивой концепции в ресторанном бизнесе – это стратегически важный шаг, который определяет не только начало, но и

долгосрочное развитие заведения. Устойчивость достигается за счёт баланса между уникальной идеей, пониманием целевой аудитории, финансовой рациональностью и способностью адаптироваться к изменениям. Ресторан с продуманной, гибкой и осознанной концепцией не только выделяется на фоне конкурентов, но и становится привлекательным для гостей, персонала и инвесторов.

Список использованных источников:

1. Концепция и идея – Проза.ру [Электронный ресурс] Режим доступа: https://proza.ru/2020/11/23/310 (Дата обращения: 27.04.2025 г.).

2. Концепция ресторана: секреты успеха – Блог Art people group [Электронный ресурс] Режим доступа: https://artpeople.ru/konczepcziya-restorana-sekrety-uspeha (Дата обращения 27.04.2025 г.).

3. А.В. Прохоров Сущность концепции маркетинга впечатлений в сфере товаров и услуг [Электронный ресурс] Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-kontseptsii-marketinga-vpechatleniy-v-sfere-tovarov-i-uslug/viewer (Дата обращения: 30.04.2025 г.).

4. Е.Н. Удилова, В.В. Акбердина Актуальные тренды рынка общественного питания в России и факторы, оказывающие на него влияние [Электронный ресурс] Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-trendy-rynka-obschestvennogo-pitaniya-v-rossii-i-faktory-okazyvayuschie-na-nego-vliyanie/viewer (Дата обращения: 30.04.2025 г.).

© Айдинова И.А., Пузикова Т.А., Страчкова Е.Г., 2025

УДК 338.2

ПРЕВЕНТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Алтынцев А.В., Алексеева Н.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Удмуртский государственный аграрный университет», Ижевск

В рыночной экономике обеспечение экономической безопасности каждого отдельно взятого предприятия напрямую влияет на экономическую безопасность всего государства. Именно поэтому обеспечение экономической безопасности предприятий является актуальной проблемой. Главной целью обеспечения экономической безопасности предприятий является обеспечение стабильного и максимально эффективного функционирования предприятия.

Финансовое состояние организации характеризуется его платёжеспособностью, т.е. способностью вовремя удовлетворять платёжные требования поставщиков, возвращать кредиты, выплачивать сотрудникам заработную плату и вносить платежи в бюджет государства.

Текущая экономическая ситуация в РФ бросает вызов менеджменту российских предприятий, который вынужден искать пути выхода из сложных экономических ситуаций с учетом большого дефицита кадров, высокой инфляции, экономическими санкциями и жёсткой денежно-кредитной политикой Центрального Банка Российской Федерации [2, 3].

По мнению Кабановой Н.А., Мусиенко С.О., Кушниренко М.Р. и Авдеевой Ю.С. финансовая безопасность организации – это: «реализуемая возможность хозяйствующего субъекта осуществлять формирование эффективной стратегии управления финансами организации в условиях неопределённого развития внешнего мира в целях формирования финансово-устойчивого равновесного развития, обеспечивая тем самым платёжеспособность, ликвидность, рентабельность организации в долгосрочном и краткосрочном периодах» [4, с. 10].

Коноваленко С.А. считает, что применительно к реальному сектору экономики в определение экономической безопасности необходимо включить следующие критерии: совокупность условий и факторов, определяющих устойчивость, конкурентоспособность, использование производственного потенциала, способность к ускоренному промышленному подъему и характеризующих экономическую независимость государства. Этот комплекс критериев в полной мере раскрывает содержание такой категории, как экономическая безопасность реального сектора государства [8, с. 287].

Крохичева Е.Г. и Баранова Е.А. определяют механизм обеспечения экономической безопасности как «совокупность организационных, экономических и правовых мер по предотвращению её угроз» [7].

По Калеменевой Е.Е., основное значение механизма обеспечения экономической безопасности предприятия состоит в создании определенных условий, обеспечивающих экономическую безопасность предприятия: минимизации затрат (себестоимости) предприятия на производство и реализацию продукции, адаптации к нововведениям, эффективном использовании услуг инфраструктуры рынка. При выполнении указанных условий происходит формирование прибыли, а значит обеспечивается экономическая безопасность предприятия [5].

Авторы Сергеева И.А., Сергеев А.Ю. определили схему обеспечения финансовой составляющей экономической безопасности. 1 этап – оценка угроз экономической безопасности, имеющих политико-правовой характер (неэффективное финансовое планирование и управление активами, малоэффективная рыночная стратегия, ошибочная ценовая и кадровая политика, ценовая и другие формы конкуренции, лоббирование конкурентами недостаточно взвешенных решений органов власти и форс-мажорные обстоятельства). 2 этап – оценка текущего уровня финансовой безопасности (анализ и оценка финансовой отчётности и результатов работы организации, оценка конкурентного состояния организации на

рынке). 3 этап – планирование (планирование комплекса мероприятий, бюджетное планирование, планирование корпоративных ресурсов). 4 этап – реализация запланированных мероприятий [6].

На всех этапах деятельности организации осуществляется финансовый контроль, который в зависимости от периода проведения делится на предварительный, текущий и последующий.

Финансовый контроль – это многоплановый и эффективный инструмент экономического воздействия, решающий многие задачи. Однако в процессе обеспечения экономической безопасности в первую очередь следует рассматривать финансовый контроль в той части, которая связана с проверкой законности и целесообразности действий по распределению и использованию финансовых ресурсов, находящихся в распоряжении организации или ее подразделений.

Финансовая безопасность предприятия тесно связана с политикой антикризисного финансового управления, которая включает в себя диагностику банкротства с помощью проведения финансового анализа. От полноты выявленных рисков и их точной оценки зависит способность укрепления финансовой безопасности предприятия, в том числе возможность банкротства предприятия. Можно выделить основные приоритеты обеспечения финансовой безопасности на предприятии [1, 6]:

1. Постоянный мониторинг финансового состояния предприятия, включающий в себя анализ и оценку основных финансовых показателей, и сравнение их с пороговыми значениями.

2. Оценка стоимости и размера заемных средств, используемых в производственной деятельности, чтобы их доля не превышала 40-50%. А некоторые экономисты сходятся во мнении, что в современных условиях, учитывая различные риски, соотношение заёмного/собственного капитала должно составлять 30/70.

3. Создание на предприятии резервных денежных фондов, что позволит увеличить долю собственного капитала предприятия и его использование для покрытия непредвиденных расходов, кредиторской задолженности и т.п.

4. Стремление к снижению уровня кредиторской и дебиторской задолженности, например, определив максимальный размер коммерческого кредита для одного покупателя (заказчика).

5. Поддержка оптимального уровня ликвидности баланса, определение минимального размера активов в высоколиквидной форме.

6. Страхование финансовых рисков от сокращения объемов производства, непредвиденных расходов, неисполнения контрагентами договорных обязательств, банкротства.

Исходя из всего вышеизложенного, автор приходит к выводу, что главным и основным превентивным механизмом обеспечения финансовой безопасности организации является создание и непрерывное

функционирование в организации службы экономической безопасности. Эта служба обязана защищать и поддерживать финансовую деятельность предприятия во избежание различных угроз от внешней и внутренней среды. Данной службой должны решаться следующие задачи: диагностика внешних и внутренних угроз и нейтрализация этих угроз; защита предприятия в условиях кризиса; защита информации и сохранение коммерческой тайны; поиск эффективных методов найма, контроля деятельности и увольнения персонала; создание системы управления и минимизации экономических рисков; проверка благонадежности компании-контрагента и т.д.

Основные положения организации службы безопасности фиксируются в основополагающих правовых, юридических и организационных документах предприятия, базирующихся на законодательных нормативных актах, в число которых входят: Трудовой кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ (часть четвертая), Федеральные законы «О безопасности», «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации», «Об оружии», «Об информации, информатизации и защите информации», «Об оперативно-розыскной деятельности», «О государственной тайне», а также устав предприятия, коллективный договор, трудовые договоры, правила внутреннего трудового распорядка сотрудников, должностные обязанности руководителей, специалистов, рабочих и служащих.

Основополагающими документами, придающими юридическую силу организации и деятельности службы экономической безопасности, являются ее устав, положения о структурных подразделениях, штатные расписания, должностные инструкции, инструкции по делопроизводству [9]. Также можно добавить к превентивным механизмам обеспечения финансовой безопасности организации разработку стратегии обеспечения финансовой безопасности, основанную на скорректированной модели финансового прогнозирования Зайцевой, предложенной Сергеевой И.А. и Фроловой Е.О. [9]. В ней были изменены весовые коэффициенты показателей для повышения точности модели, а также изменён коэффициент загрузки активов с помощью внедрения в него индекса-дефлятора ВВП. После преобразований модель Зайцевой приняла вид:

$$Y = 0.22X_1 + 0.11X_2 + 0.1X_3 + 0.22X_4 + 0.16X_5 + 0.19X_6.$$

Данная модель имеет следующую интерпретацию результатов.

1. Если полученный результат превышает 1, то предприятие в будущем периоде (год) имеет возможность сильной потери финансовой устойчивости вплоть до банкротства. В прогнозном периоде у предприятия могут ожидаться такие проблемы: возможное наличие убытка или значительная потеря чистой прибыли; большие срочные и текущие обязательства при слабой возможности к их погашению; большая доля кредиторской и дебиторской задолженности и прочие. Стоит отметить, что

банкротство предприятия при этом может возникнуть уже в будущий период или через год.

2. Если результат будет соответствовать от 0,9 до 1, то предприятие в будущем периоде будет иметь сложности с уплатой кредитов и займов, а также с производственной деятельностью в целом. При таком значении возможное банкротство может произойти не ранее, чем через два года.

3. Если результат фиксируется от 0,6 до 0,9, то у предприятия имеются небольшие финансовые проблемы, связанные со снижением темпа роста выручки и прибыли предприятия, ростом кредиторской задолженности и краткосрочных обязательств, снижением стоимости всего предприятия, а также стоимости его акций на рынке. Тем не менее предприятие при таком финансовом состоянии будет способно эффективно функционировать, может считаться стабильным и угроз банкротства в будущих периодах у такого предприятия не возникнет.

4. Если результат ниже 0,6, то финансовое состояние организации в будущем периоде будет полностью стабильным, потенциальные и реальные риски будут минимальными.

Таким образом, имея возможность прогнозирования потенциальных угроз, каждое предприятие способно разрабатывать и применять комплекс превентивных мер защиты.

Стратегия стабильности и укрепления предполагает поддержание состояния полной безопасности организации. Для этого предприятие должно с помощью комплекса превентивных мер обеспечить поддержку и развитие инновационно-технологического потенциала организации. Превентивные мероприятия должны быть направлены на повышение технической обеспеченности предприятия, поддержку инновационного развития и увеличение производительности.

Стратегия выживания предусматривает поиск путей преодоления опасностей для функционирования предприятия. При этом может происходить структурная перестройка деятельности хозяйствующего субъекта.

Стратегия интенсификации имеет характерную особенность – она используется как на стадии развития, так и на стадии спада жизненного цикла предприятия, и потому предусматривает мероприятия как на поддержание положительных возрастающих позиций, так и на недопущение перехода предприятия к состоянию опасности, где влияние отрицательных факторов является максимально деструктивным.

Последней стратегией с возможностью превентивными мерами обеспечивать финансовую безопасность организации является стратегия предупреждения. В основном она применяется на стадиях спада и критической стадии развития предприятия. Стоит отметить, что банкротство предприятия при этом может возникнуть в ближайшие

периоды. Таким образом, такому предприятию предлагается принять комплекс мер не только превентивного, но и реального характера.

Список использованных источников:

1. Бикметова З. М. Основные направления обеспечения финансовой безопасности предприятия // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 6-1. – С. 364-370. – DOI 10.34755/IROK.2019.5.5.219.

2. Векторы социально-экономического развития России: современные вызовы и возможности: монография / С. Л. Данильченко, В. С. Шемет, А. В. Минаков [и др.]. – Чебоксары: ООО "Издательский дом "Среда", 2025. – 172 с. – ISBN 978-5-907965-15-7. – DOI 10.31483/a-10685.

3. Генезис цифровой экономики: информационная безопасность, правовое регулирование, социальные и экономические последствия: монография / О. Ю. Абашева, Н. А. Алексеева, Э. С. Алпатова [и др.]. – Самара: НИЦ «ПНК», 2024. – 174 с.

4. Кабанова Н. А., Мусиенко С. О., Авдеева Ю. С. Механизм обеспечения финансовой безопасности хозяйствующего субъекта в кризисных условиях: организационный и функциональный подходы: монография. – Москва: КноРус, 2022. – 139 с.

5. Калеменева Е. Е. Механизмы и инструменты создания эффективной системы экономической безопасности предприятия // Молодой ученый. – 2020. – № 34 (324). – С. 60–63.

6. Комплексная система обеспечения экономической безопасности предприятия: учеб. пособие / И. А. Сергеева, А. Ю. Сергеев. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2017. – 124 с.;

7. Крохичева Г. Е., Баранова Е. А. Механизм обеспечения экономической безопасности предприятия // Наука и мир. – 2023. – №. 4. – С. 11-15.

8. Экономическая безопасность: учебник / под общ. ред. С.А. Коноваленко. – Москва: ИНФРАМ, 2021. – 521 с.

9. Сергеева И. А., Фролова Е. О. Разработка превентивных мер обеспечения финансовой безопасности на основе скорректированных моделей ее оценки // Вестник ПензГУ. – 2017. – №4 (20).

© Алтынцев А.В., Алексеева Н.А., 2025

УДК 368

АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ СТРАХОВОГО РЫНКА РОССИИ

Алькина Д.М.
Научный руководитель Корнилова К.А.
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет», Самара

Страхование играет важную роль в развитии экономики страны. Страхование не только позволяет устойчиво вести бизнес предпринимателям, но и побуждает их к введению в работу новейших разработок для своего детища. В связи с новыми штампами пандемии, геополитической обстановкой в мире, всё ещё актуален вопрос о ключевых проблемах данного финансового института в России [1]. Определив существующие проблемы страхового рынка в России, можно наметить пути дальнейшего развития, а также оценить финансовую устойчивость действующих страховых компаний [2].

В качестве главной цели страхования выделяется содействие успешной реализации имущественных интересов юридических и физических лиц Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований при наступлении страховых случаев.

В Российской Федерации осуществляются следующие виды страхования: страхование жизни на случай смерти, дожития до определенного возраста или срока либо наступления иного события; пенсионное страхование: страхование от несчастных случаев и болезней; медицинское страхование и др.

Рассмотрим подробнее количество страховых организаций в России с 2021 года по 2024 год (рис. 1). По данным рис. 1 можно заметить, что количество страховых компаний заметно снизилось в 2024 году по сравнению с 2020 годом. Это связано с тем, что множество мелких фирм страхования были реорганизованы или ликвидированы. Подобная тенденция может означать то, что подобное снижение числа страховых компаний с каждым годом будет всё меньше. Большинство новых фирм не могут справиться с конкуренцией из-за разделения рынка страхования между несколькими крупными игроками.

Нельзя не отметить, что для оценки устойчивости деятельности страховых компаний важно учитывать все виды деятельности, которые осуществляет компания. Страховые компании часто осуществляют не только услуги по страхованию, но и инвестиционную и хозяйственную деятельность. С помощью показателей устойчивости можно оценить динамику денежных потоков страховой компании, которые зачастую связаны с основными направлениями деятельности.

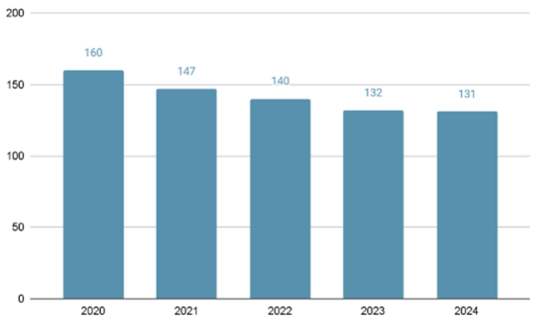


Рисунок 1 – Количество страховых компаний за период с 2020 по 2024 гг., шт. [3].

Для более подробной оценки количества договоров страхования обратим внимание на рис. 2. Мы можем заметить, что наиболее популярными видами страхования выступают добровольное страхование от несчастных случаев, добровольное страхование имущества граждан, ОСАГО, а также прочие виды. На это повлияло популяризация страхования в России, а также расширение спектра рисков, которые включают в себя данные виды страхования. Ещё хочется отметить рост количества договоров в целом, что является положительной динамикой.

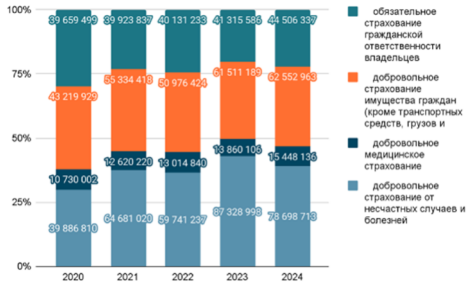


Рисунок 2 – Количество договор страхования, заключенных в России 2022-2024 гг., ед. [3].

Найко К.И. рассматривает страховой рынок как «сферу особых экономических отношений, складывающихся между страхователями, которые нуждаются в силу возможного случайного наступления неблагоприятных для их материальных, нематериальных ценностей событий в страховой защите имущественных интересов, и страховщиками, которые обеспечивают ее за счет использования ими в этих целях страховых фондов, формируемых из уплачиваемых страхователями денежных взносов (страховых премий)» [4].

В заключении хотелось бы сказать о том, что страховой рынок является успешной сферой финансового рынка. На данный момент его функционирование затрудняется в связи с вводом санкций против России. Также на ухудшение внедрения множества IT-сервисов повлияло прекращение обслуживания многих поставщиков программного обеспечения и оборудования. Несмотря на это, страховой рынок не раз показывал, что может успешно справляться с трудными временами.

Многолетний опыт и высокий уровень профессионализма могут помочь преодолеть кризисы и гарантировать возможный рост и развитие данного рынка.

Список использованных источников:

1. Gromova, T. V. Creative economy as an economy of the XXI century / T. V. Gromova, K. A. Kornilova // Российская наука: актуальные исследования и разработки : сборник научных статей II Всероссийской заочной научно-практической конференции, посвященной 85-летию Самарского государственного экономического университета: в 2 частях, Самара, 31 октября 2016 года. Vol. Часть 2. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2016. – P. 68-71

2. Корнилова, К. А. К вопросу анализа информационной открытости / К. А. Корнилова // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 2(139). – С. 758-762. – DOI 10.34925/EIP.2022.139.2.144.

3. Динамические ряды основных показателей деятельности страховщиков //Интернет ресурс// URL: https://cbr.ru/insurance/reporting_stat/

4. Найко К. И. Теоретические основы страховой деятельности в Российской Федерации. Страховой рынок России // Вестник магистратуры. 2018. №4-2 (79). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-strahovoy-deyatelnosti-v-rossiyskoy-federatsii-strahovoy-rynok-rossii

© Алькина Д.М., 2025

УДК 339.138

КЛИЕНТСКАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ МАГАЗИНА МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ НЕЙЛ-ИНДУСТРИИ: ЧЬЕ ВЛИЯНИЕ НА ЗАКУПКИ ВАЖНЕЕ

Андрушко А.М.

Научный руководитель Иващенко Н.С.

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

В современном обществе вопрос клиентской сегментации очень важен. Часто бывает так, что в малом бизнесе примерно определяют целевую аудиторию и пытаются с ней работать, а потом задаются вопросами откуда появились затоваривание и залежи на складе. В данной статье сделана попытка определить основную целевую аудиторию магазина материалов для нейл-индустрии и разобраться, как определенные сегменты клиентов могут влиять на закупки.

При проведении опроса мастеров по моделированию ногтей, а также анализа продаж одного из специализированных магазинов в г. Москва, было

выявлено, что есть 2 основных сегмента потребителей: клиенты магазина с профессией мастер, клиенты самих мастеров.

Так как для магазина материалов для ногтей, эффективная клиентская сегментация – ключ к успеху и оптимизации закупок, важно понимать, кто является движущей силой спроса: профессиональный мастер или конечный потребитель, приходящий к нему на процедуру.

Мастера маникюра – это основной сегмент, формирующий стабильный и оптовый спрос. Они нуждаются в широком ассортименте, гарантии качества, надежных поставках и выгодных ценах. Мастера ориентированы на профессиональные бренды, инновационные продукты и техники, позволяющие им предлагать клиентам современные и востребованные решения. Внутри данного сегмента можно провести еще одно разделение, например по возрастному признаку.

Возрастной диапазон клиентов-мастеров в выбранном магазине, как выяснилось, достаточно широк, однако можно выделить несколько основных сегментов. Молодые специалисты (16-25 лет): это начинающие мастера, активно изучающие новые техники и стремящиеся к профессиональному росту. Они часто ориентируются на модные тренды, следят за блогерами и используют социальные сети для поиска новых идей. Для них важны доступность цен, широкий ассортимент и обучающие материалы. Специалисты среднего возраста (26-35 лет): это опытные мастера, обладающие сформировавшейся клиентской базой и устойчивыми предпочтениями в выборе материалов. Они ценят качество и надежность материалов, а также скорость работы с ними. Для них важны проверенные бренды, удобство заказа, наличие программы лояльности и возможность получить профессиональную консультацию. Мастера (36-50 лет): это профессионалы с многолетним стажем, часто обладающие собственными салонами или работающие на себя. Они уделяют особое внимание качеству материалов, их безопасности и долговечности. Для них важны индивидуальный подход, возможность приобретать товары оптом и участие в профессиональных мероприятиях.

Понимание возрастных особенностей клиентских сегментов может помочь магазину материалов для ногтей адаптировать свой ассортимент, маркетинговые кампании и уровень сервиса, чтобы максимально удовлетворить потребности каждой группы и обеспечить устойчивый рост бизнеса.

Конечные потребители, хотя и не контактируют напрямую с магазином, оказывают значительное влияние на выбор материалов через своих мастеров. Именно их предпочтения диктуют популярность определенных цветов, текстур и техник маникюра. Поэтому также проведем сегментацию конечных потребителей по возрастному признаку и предпочтениям. У клиентов-мастеров магазина самой маленькой группой клиентов оказались подростки возрастом от 15 до 23 лет, примерно 15%.

Они предпочитают яркие цвета, необычные оттенки, большую длину. Молодые женщины в возрасте от 26 до 35 лет (их 35%), чаще отдают предпочтение деловым вариантам маникюра, таким как классический бесцветный маникюр, френч или однотонное покрытие. Их выбор обычно соответствует профессиональным критериям, позволяя находить баланс между личным стилем и требованиями деловой среды. Например, в Москве девушкам, работающим в сфере обслуживания, разрешается использовать только такие варианты маникюра. Более 30% клиентов данной возрастной категории ежемесячно посещают салоны красоты. Анализ практики мастеров маникюра показал, что среди клиентов данной возрастной категории 65% выбирают красный цвет, а 30% предпочитают бежевый. Что касается женщин старше 36 лет, то таковых 50%. Эта возрастная категория считается самой денежно стабильной, а также консервативной. Данная группа в основном предпочитает изысканные и лаконичные варианты маникюра, выбирая, как правило, красные, бежевые и пастельные оттенки. Согласно статистическим данным, около 70% женщин данной возрастной категории посещают салоны красоты на ежемесячной основе.

Исходя из сказанного выше, можно сделать вывод, что чаще всего выбираются такие цвета как: белый, оттенки бежевого и красного.

Понимание, кто является вашим клиентом, его потребностей и предпочтений, позволяет оптимизировать маркетинговые усилия, улучшить ассортимент и повысить лояльность. Также, помимо возраста очень сильно на выбор цветовых решений влияют тренды, они носят переменчивый характер, но при этом оказывают прямое воздействие на закупки магазина. Появление нового популярного цвета или дизайна моментально повышает спрос на соответствующие материалы. Поэтому магазин должен оперативно отслеживать тренды через социальные сети, профессиональные выставки и обратную связь от мастеров. При этом очень часто бывает так, что именно мастера задают тренды, а не клиенты их придумывают. Очень сильно влияет образованность и креативность мастера на способность создать или повторить какой-либо тренд. Также, можно заметить, что мастер придерживается определенной цветовой базы, а также отталкиваясь от собственных умений, делает то, что получается лучше всего и таким образом отсеивает клиентов, которые не попадают под его критерии.

На вопрос, чье же все-таки влияние на закупки важнее: мастера или конечного потребителя, можно сказать, что в большей степени влияет именно мастер, потому что именно он формирует свою клиентскую базу и свою цветовую палитру, именно он является непосредственным клиентом магазина, а именно, его целевой аудиторией. Поэтому в первую очередь магазин должен удовлетворять пожелания своих клиентов-мастеров. Но, если же магазин хочет, чтобы количество клиентов-мастеров расширялось, то ему стоит рассматривать и пожелания конечных потребителей.

Оптимальная стратегия закупок – это баланс между базовым ассортиментом для профессионалов и оперативным реагированием на тренды, продиктованные конечными потребителями. Это означает закупку популярных цветов и материалов в большем объеме, а также тестирование новинок, чтобы предложить мастерам актуальные и востребованные решения. Таким образом, магазин может удовлетворить потребности как мастеров, так и их клиентов, обеспечивая себе стабильный доход и конкурентоспособность.

Список использованных источников:

1. Маникюр и педикюр для разных возрастных групп: уход за ногтями [Электронный ресурс] URL: https://advancepassionbeautyboutique.ca/manicure-pedicure-for-different-age-groups-nail-care/ (Дата обращения: 07.05.2025).

2. Актуальные тренды маникюра на осень 2024 года [Электронный ресурс] URL: https://4hands.ru/blog/aktualnye-trendy-manikyura-na-osen-2024-goda (Дата обращения: 08.05.2025).

3. Возрастная группа, наиболее заинтересованная в уходе за ногтями [Электронный ресурс] URL: https://www.newbeauty.com/age-group-most-invested-in-nail-care/ (Дата обращения: 11.05.2025).

© Андрушко А.М., 2025

УДК 336.64

АНАЛИЗ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ В РАМКАХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Антонова Ю.В., Квач Н.М.

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

Качественные изменения в российской экономике, которые выражаются в укреплении рыночных отношений, стабилизации отечественной экономики в целом, устойчивости роста внутреннего валового продукта, улучшении инвестиционного климата, в значительной мере являются результатом роста эффективности деятельности коммерческих организаций, их деловой, финансовой и инвестиционной активности. В данной концепции важным аспектом в обосновании стратегии развития коммерческой организации является адекватная оценка достигнутых результатов ее деятельности и стратегический прогноз перспектив бизнеса, чего невозможно достичь без качественного учета, анализа и оценки денежных потоков.

Денежные средства играют важную роль во всем производственном цикле, обеспечивая стабильное функционирование и развитие коммерческих организаций. Для каждой коммерческой организации необходимо, чтобы денежных средств было достаточно в начале производственного цикла, а по завершению был обеспечен их значительный прирост. Только при таком условии будет обеспечен постоянный оборот денежных потоков, который обеспечит организации регулярный приток денежных средств, а это в свою очередь даст возможность генерировать денежные потоки в различные направления деятельности с целью развития бизнеса.

Термин «денежный поток» широко используется в экономической теории и практике и поэтому получил неоднозначное толкование различными авторами. Можно выделить три подхода к определению термина «денежный поток»: экономический, финансовый и непосредственно денежный.

Сторонники экономического толкования термина «денежный поток» (Р.А. Брейли, С.С. Майёрс) рассматривают его как результат хозяйственной деятельности организации и ассоциируют с такими технико-экономическими показателями как выручка от реализации, себестоимость произведённых товаров, а также прочими расходами и налоговыми выплатами.

Сторонником финансового толкования термина «денежный поток» является Дж.К. Ван Хорн, который отмечает, что «движение денежных средств фирмы представляет собой непрерывный процесс. Для каждого направления использования денежных фондов должен быть соответствующий источник. В широком смысле: активы фирмы представляют собой чистое использование денежных средств, а пассивы и собственный капитал – чистые источники». Денежные средства, таким образом, рассматриваются как стадия обращения активов организации. Речь скорее идёт о финансовых, а не о денежных потоках.

Лаконичное определение даёт сторонник денежного токования, рассматриваемого термина, В.В. Бочаров. Он описывает его как «объём денежных средств, который получает или выплачивает предприятие в течении определённого (отчётного или планового) периода». Этот подход позволяет описывать денежные потоки (ДП) на основе счетов бухгалтерского учёта [1].

В настоящее время в полной мере не раскрыта сущность подхода к стратегическому анализу денежных потоков, что позволяет сделать вывод о необходимости проведения исследований в этой области. Определение стратегического анализа, данное Пласковой Н.С.: «На наш взгляд применительно к деятельности хозяйствующего субъекта (на микроуровне управления) стратегический анализ – это формализованное системное представление стратегических финансово-экономических и иных бизнес-

целей, способствующих максимизации рыночной стоимости организации, на основе изучения сложившегося и будущего характера воздействия внутренних и внешних факторов на результативность ее деятельности» [2], позволяет с уверенностью утверждать, что анализ денежных потоков является неотъемлемой и важной составляющей стратегического экономического анализа, т.к. денежная оценка выступает в качестве универсального измерителя стоимости любого объекта учета и исследования. Из этого следует, что анализ денежных потоков, имеющий стратегическую направленность, может характеризоваться как «стратегический анализ денежных потоков».

Рассматривая стратегический анализ денежных потоков как одну из функций управления компанией, его следует определить в самостоятельное направление экономического анализа, поскольку он служит не только для специфических целей управленческого учета, но и является информационным источником для внутренних и внешних пользователей, а также инструментом для принятия глобальных управленческих решений.

Целью стратегического анализа денежных потоков является исследование эффективности управления денежными потоками, их поступлением и направленным использованием с учетов воздействия объективных и субъективных, внутренних и внешних факторов для целей финансового стратегического планирования в рамках разнообразных процессов хозяйственной деятельности организации.

В экономической литературе приводятся различные методы анализа денежных потоков. Так, некоторые авторы (Бочаров В.В. [3], Ефимов О.В. [4] и др.) выделяют прямой и косвенный методы анализа денежных потоков: Поляк Г.Б. приоритетным считает количественный анализ денежных потоков [5]. Гиляровская Л.Т. предлагает поэтапный анализ денежных потоков по ряду конкретных показателей, некоторые ученые используют для этих целей методику, основанную на построении каналов денежных средств [1]. Пласкова Н.С. предлагает последовательную реализацию методики анализа денежных потоков, которая включает весь спектр аналитических приемов [2]. Определенная очередность приемов и этапов, которая включает в себя весь спектр аналитических способов исследования денежных потоков, представлена в табл. 1.

Таблица 1 – Приемы и этапы анализа денежных потоков организации [7]

Аналитический прием	Аналитический этап
Горизонтальный	Анализ показателей динамики денежных потоков
Вертикальный	Анализ структурных показателей денежных потоков
Коэффициентный	Анализ ликвидности, оборачиваемости, эффективности денежных потоков
Факторный	Расчет и оценка влияния внешних и внутренних факторов

В первую очередь проводится горизонтальный (динамический) анализ денежных потоков: изучается динамика объема формирования положительного, отрицательного и чистого денежного потока организации в разрезе отдельных источников, рассчитываются темпы их роста и прироста, устанавливаются тенденции изменения их объема.

Параллельно проводится вертикальный (структурный) анализ положительного, отрицательного и чистого денежного потоков в разрезе текущей, инвестиционной и финансовой деятельности организации для сравнения движения денежных средств в отчетном периоде с движением денежных средств в предыдущем периоде (за базу сравнения принимается предыдущий период), выясняется направление динамики поступлений и расходов денежных средств. В результате структурного анализа выясняется: какой вид деятельности вызвал преобладающие поступления денежных средств, по каким видам деятельности поступления и выбытия денежных средств в наибольшей степени выросли (уменьшились) по сравнению с предыдущим периодом.

Полученные результаты горизонтального и вертикального анализа денежных потоков служат базой для проведения факторного анализа формирования чистого денежного потока. Для проведения факторного анализа используют прямой и косвенный методы.

Прямой метод анализа денежных потоков заключается в рассмотрении данных о положительных и отрицательных денежных потоках организации, сформированных кассовым методом путем включения в отчет хозяйственных оборотов, связанных с денежными операциями. Достоинство использования прямого метода состоит в том, что он позволяет оценить общие суммы притока и оттока денежных средств организации, обратить внимание на статьи, которые формируют наибольший приток и отток денежных средств, в разрезе трех рассматриваемых видов деятельности (текущей, инвестиционной и финансовой). Однако прямой метод не дает возможность раскрыть взаимосвязь таких показателей, как финансовый результат и величина изменения денежных потоков организации, например в ситуации, когда прибыльная организация не является платежеспособной. Это позволяет сделать косвенный метод анализа денежных потоков, путем корректировки чистой прибыли [7].

Суть косвенного метода состоит в преобразовании величины чистой прибыли в величину чистого денежного потока. Этот метод дает возможность оценить, какие факторы оказали наиболее существенное влияние на чистый денежный поток, сделать более обоснованные выводы о том, в каком объеме и из каких источников были получены поступившие в организацию денежные средства и каковы основные направления их использования, способна ли организация отвечать по своим текущим обязательствам, достаточно ли собственных средств организации для осуществления инвестиционной деятельности, чем объясняются расхождения величины полученной прибыли и наличия денежных средств и др. Преимуществом косвенного метода является то, что он позволяет установить соответствие между финансовым результатом и собственными оборотными средствами. В долгосрочной перспективе косвенный метод

позволяет выявить наиболее проблемные места скопления или угрозу недостатка денежной массы и, исходя из этого, разработать пути выхода из сложившейся ситуации [7].

Для возможности логического обоснования взаимосвязи между отбираемыми показателями на начальном этапе, а также на заключительном этапе анализа для обобщения и оценки полученных результатов, используют качественные методы анализа оценки денежных потоков, с помощью которых он приобретает структурно-логический вид. Качественные методы используются на начальных этапах количественного исследования: для формирования цели и задач исследования, для словесного описания объекта, выделения проблемных зон организации. На заключительном этапе экономического анализа качественные методы позволяют обобщить, систематизировать накопленную аналитическую информацию, проанализировать ее на качественном уровне, произвести сравнения, сформировать выводы исследования, дать рекомендации, которые будут основой для принятия управленческих решений.

К количественным методам анализа оценки денежных потоков относятся методы, использующие традиционные (статистические) и экономико-математические методы, в основе которых лежит осуществление расчетов. Количественный метод анализа позволяет обработать, преобразовать, систематизировать и определить влияние различных факторов на эффективное управление денежными потоками [5].

Для более углубленного исследования проводится моделирование факторных систем для выявления и количественного измерения роста эффективности управления денежными потоками с помощью различных коэффициентов. Коэффициентный анализ денежных потоков позволяет установить положительные и отрицательные тенденции качества управления, возможности генерирования и оптимизации использования денежных средств. Данный анализ денежных потоков целесообразно проводить в динамике, рассматривая изменение значений коэффициентов во времени (как минимум за три года), рассчитывая абсолютные и относительные отклонения.

В коэффициентном анализе денежных потоков особое внимание уделяется факторному анализу – количественному измерению влияния различных объективных и субъективных причин (факторов) на эффективное управление и использование денежных потоков. Изучать влияние факторов можно раздельно, выделив каждый фактор и отдельно измерив его влияние с использованием элиминирования (устранения), которое в детерминированном анализе исходит из допущения независимости изменения факторов. На самом деле все факторы взаимосвязаны, и их взаимодействие влияет на прирост результатного показателя. В основе детерминированного моделирования факторной системы лежит возможность построения тождественного преобразования

для исходной формулы экономического показателя по теоретически предполагаемым прямым связям последнего с другими показателями – факторами [7].

Как видно из вышеизложенного, для формирования методики проведения стратегического анализа и оценки денежных потоков (которая для каждой конкретной коммерческой организации будет иметь характерные особенности), определена цель, приемы и этапы анализа и оценки денежных потоков.

Следует также отметить, что эффективное функционирование системы стратегического анализа денежных потоков заключается не в разработке механизма предотвращения возможного влияния негативных факторов внешней и внутренней среды, а в создании вариантов, предусматривающих принятие оптимальных решений на каждом конкретном уровне управления. С помощью стратегического анализа денежных потоков разрабатываются стратегические цели и определяются способы их достижения с помощью целого комплекса процедур, которые ориентированы на создание эффективного управления организацией в будущем, а также предусматривают последовательную программу достижения этих целей. Необходимо подчеркнуть, что наличие подобной сбалансированной системы стратегического анализа денежных потоков в коммерческой организации может стать существенным фактором повышения ее платежеспособности и финансовой устойчивости [7].

Таким образом, стратегический анализ денежных потоков является мощным инструментом для принятия таких управленческих решений, результатом которых должна быть достигнута максимальная эффективность хозяйственной деятельности организации при минимальном уровне финансовых рисков.

Список использованных источников:

1. Селезнёва Е. С., Афанасьев В. А., Антонов А. П. Алгоритм построения канала денежного потока // Инновационная наука. 2015. №11-1. С. 154 -161.

2. Пласкова Н.С. Стратегический и текущий экономический анализ: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2010. – 640с. – (Полный курс MBA).

3. Бочаров В.В. Финансовый анализ: учебное пособие. – Спб: Питер, 2009. – 240с.

4. Ефимова О. В., Финансовый анализ: инструментарий обоснования экономических решений: учебник. – Москва: КноРус, 2023. – 320 с.

5. Финансовый менеджмент: учебник для вузов / под редакцией Г. Б. Поляка. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 358 с.

6. Экономический анализ: учебник для вузов / Под ред. Л.Т. Гиляровской. – 2-е изд., доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 615 с.

7. Маевская Е.Б. Стратегический анализ и бюджетирование денежных потоков коммерческих организаций: монография. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 108 с.

© Антонова Ю.В., Квач Н.М., 2025

УДК 331.108.2

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ РАЗВИТИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Апаршева В.В., Лапшина И.М.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», Тамбов
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный технический университет», Тамбов

В условиях глобальной технологической трансформации и перехода к цифровой экономике система среднего профессионального образования (СПО) приобретает стратегическое значение как ключевой инструмент подготовки квалифицированных рабочих кадров.

Современная система СПО включает более 3,5 тыс. образовательных организаций, в том числе 3300 колледжей и техникумов, реализующих программы подготовки квалифицированных рабочих (служащих) и специалистов среднего звена. За последние годы наблюдается устойчивый рост числа студентов, обучающихся по профессиям и специальностям: в 2024/2025 учебном году их количество достигло 3,8 млн. человек, что на 15% превышает показатели 2020/2021 учебного года. Согласно аналитическим данным система СПО обеспечивает до 44% потребностей национальной экономики в квалифицированных рабочих кадрах, что критически важно для достижения технологического суверенитета страны. Кадровый потенциал системы СПО включает 199,5 тыс. педагогических работников, из которых 8,2% составляют мастера производственного обучения. При этом нагрузка на одного педагогического работника достигает в среднем 1,2 ставки [1].

Анализ кадрового обеспечения системы СПО выявил ряд системных проблем: быстрое устаревание профессиональных компетенций; дефицит практико-ориентированной подготовки (большинство педагогических работников не проходят стажировки); низкий уровень цифровой грамотности среди преподавателей и мастеров производственного обучения; старение педагогических кадров при недостаточном притоке молодых специалистов; отсутствие квалификационных категорий у 25%

педагогических работников; нехватка педагогического образования у преподавателей специальных дисциплин и мастеров производственного обучения; отсутствие высшего образования у значительной части мастеров производственного обучения [1].

Обозначенные институциональные вызовы, а также современные стратегические инициативы системы СПО, такие как ФП «Профессионалитет»; стремительная цифровая и технологическая трансформация производственной сферы, эволюция профессиональных стандартов, детерминируют необходимость кардинального пересмотра подходов к подготовке и развитию педагогических кадров профессиональных образовательных организаций. В этой ситуации непрерывное совершенствование квалификации преподавателей и мастеров производственного обучения становится важнейшим условием достижения целевых показателей национальной цели проекта «Образование», ключевых показателей программы развития образовательной организации СПО и ее конкурентоспособности.

При этом особую сложность представляет преодоление разрыва между традиционными методиками и современными требованиями. На сегодняшний день накопленный педагогическими работниками опыт, вместо того чтобы способствовать прогрессу, зачастую становится препятствием для внедрения инноваций. В этой связи особенно актуальны новые организационно-технологические решения по совершенствованию системы развития педагогических работников СПО, позволяющие гармонично интегрировать классические подходы с актуальными технологиями.

Развитие педагогических кадров в системе СПО является важным элементом управления персоналом современной профессиональной образовательной организации. Данный процесс представляет собой комплекс взаимосвязанных организационно-управленческих мероприятий, охватывающих анализ текущего состояния кадрового потенциала (включает диагностику профессиональных компетенций преподавателей и мастеров производственного обучения, анализ их потребностей), разработку стратегии профессионального развития педагогических работников, организацию системы адаптации новых сотрудников, формирование кадрового резерва руководящего состава и становление корпоративной культуры профессиональной образовательной организации [2, 3].

Формирование эффективной системы развития педагогических работников основывается на принципах стратегического управления персоналом, которое должно быть согласовано с целями и задачами развития образовательной организации СПО [4]. Разработка концепции предполагает учет современных требований к практико-ориентированным профессиональным и метапрофессиональным навыкам педагогических работников (системное мышление, эмоциональный интеллект, лидерские

качества и т.п.); методико-дидактическим (проектирование практико-ориентированного обучения, использование современных образовательных технологий и инструментов) и цифровым компетенциям (работа с VR/AR технологиями, создание цифрового образовательного контента), развитию исследовательско-инновационного потенциала (разработка учебно-методических комплексов, внедрение педагогических инноваций).

Особое внимание необходимо уделять созданию условий для непрерывного профессионального роста через внедрение гибких программ обучения, адаптированных под индивидуальные потребности педагогических работников (индивидуальные планы развития, цифровые портфолио компетенций) и сочетающих различные форматы преподавания (лекции; семинары, вебинары, тренинги, симуляции, стажировки, менторинг, коучинг).

Ключевым аспектом модернизации системы становится технологическая трансформация образовательного процесса в рамках профессионального обучения педагогических работников. Внедрение цифровых инструментов – виртуальных и дополненных реальностей, систем управления обучением, интерактивных платформ – может позволить создать современную образовательную среду. Параллельно необходимо развивать очные и дистанционные формы обучения, а также использовать геймификационные подходы, повышающие вовлеченность педагогов в процесс профессионального совершенствования.

Не менее важной составляющей является организационная поддержка профессионального роста, которая осуществляется через институт наставничества, формирование кадрового резерва и создание профессиональных сообществ практиков [5]. Эти механизмы позволяют обеспечить не только передачу знаний, опыта и обмена лучшими практиками, но и способствуют развитию корпоративной культуры профессиональной образовательной организации.

Эффективность всей системы профессионального развития педагогических работников СПО обеспечивается продуманной мотивационной политикой, которая должна включать многоуровневую оценку достижений, сочетание материальных и нематериальных методов стимулирования, возможности карьерного роста и участия преподавателей и мастеров производственного обучения в управленческих процессах образовательной организации.

Регулярный мониторинг результатов позволит своевременно корректировать стратегию развития педагогических работников СПО, тем самым обеспечивая их соответствие текущем потребностям образовательной организации и современным вызовам системы СПО в целом.

Таким образом, формирование эффективной системы развития педагогических кадров СПО представляет собой сложный, многоаспектный

процесс, требующий методологически обоснованного подхода. Реализация данной системы должна базироваться на принципах системности, преемственности и инновационности, обеспечивая интеграцию традиционных подходов с современными образовательными технологиями и инструментами развития персонала. Особую значимость приобретает формирование механизмов мотивационного сопровождения педагогических работников и когнитивной вовлеченности в инновационные процессы развития профессиональной образовательной организации.

Список использованных источников:

1. Среднее профессиональное образование в России: люди, факты, тренды. 2024 год: информационно-аналитический сборник / И.В. Селиверстова, И.В. Авдеева, Е.В. Корнилова [и др.]; под общ. ред. А.В. Муратова; ФГБОУ ДПО ИРПО. – Москва: ИРПО, 2025. – 46 с.

2. Беляцкий Н. П., Управление персоналом: учебник / Н. П. Беляцкий. – Минск: Вышэйшая школа, 2023. – 463 с.

3. Ижбулатова О. В., Формирование и реализация кадровой стратегии предприятия// Управление персоналом. - Журнал: Генеральный директор, №1. – 2007. – 70-72 с.

4. Одегов Ю. Г., Управление персоналом, оценка эффективности. Учебное пособие для вузов / Ю. Г. Одегов, Л. В. Карташова. - Москва: Изд-во «Экзамен», 2018. - 256 с.

5. Яшкова Е.В., Формирование кадрового резерва как источника стабильного экономического развития организации/ Е.В. Яшкова, Н.Л. Синева, К.А. Бездетко. Т.А. Егорова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. №3. – С. 166-173.

© Апаршева В.В., Лапшина И.М., 2025

УДК 001.895; 34.07

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

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

Инновационная деятельность является одним из важнейших факторов экономического роста и повышения конкурентоспособности страны. В современных условиях глобальной конкуренции успешное развитие экономики напрямую зависит от способности генерировать, внедрять и коммерциализировать новые знания и технологии. Правовое обеспечение инновационной деятельности играет ключевую роль в создании

благоприятной среды для инноваторов, стимулировании инвестиций в научные исследования и разработки, а также защите прав на результаты интеллектуальной деятельности.

Маркетинговые инновации охватывают внедрение новаторских методов продвижения продукции и освоения новых рыночных сегментов. Другим важным критерием классификации является степень новизны. По данному признаку инновации подразделяются на радикальные (базисные) и улучшающие (инкрементальные). Радикальные инновации характеризуются созданием принципиально новых продуктов или технологий, которые приводят к формированию новых отраслей экономики. Улучшающие инновации, напротив, направлены на совершенствование уже существующих продуктов или технологий.

Государственная стратегия развития науки и технологий определяет приоритетные направления научно-технологического развития страны и направлена на обеспечение конкурентоспособности российской экономики на мировом рынке. Ключевыми документами, определяющими государственную политику в сфере инноваций, являются, Государственная программа «Экономика знаний» и «Стратегия научно-технологического развития РФ». Эти документы устанавливают цели, задачи и механизмы реализации государственной политики в области науки, технологий и инноваций, включая стимулирование научных исследований, развитие инновационной инфраструктуры, поддержку инновационного предпринимательства и повышение квалификации научных кадров.

Правовая охрана результатов инновационной деятельности осуществляется посредством институтов интеллектуальной собственности, включая патенты, товарные знаки и авторские права. Патентное право обеспечивает исключительные права на изобретения, полезные модели и промышленные образцы, стимулируя инновационную деятельность и привлечение инвестиций в научные исследования и разработки. Товарные знаки позволяют индивидуализировать товары и услуги, повышая их узнаваемость на рынке и защищая от недобросовестной конкуренции. Авторское право защищает авторские произведения науки, литературы и искусства, способствуя развитию творческой деятельности и распространению знаний.

Несмотря на наличие обширного законодательного регулирования, инновационная сфера в Российской Федерации сталкивается с практическими проблемами в реализации правовых норм, особенно в части защиты интеллектуальной собственности. Процедура получения патентов, свидетельств на товарные знаки и иных охранных документов характеризуется значительными временными затратами и избыточной сложностью формальных требований. Эта ситуация создает существенные барьеры для инноваторов, особенно для малых и средних предприятий, которые часто не располагают достаточными ресурсами для преодоления

этих трудностей [1]. Эффективность судебной защиты прав на результаты интеллектуальной деятельности также вызывает определенные вопросы. Недостаточное качество экспертных заключений, длительность судебных разбирательств и не всегда адекватные компенсации за нарушение прав снижают стимулы к активной защите интеллектуальной собственности и, как следствие, инвестициям в инновации.

Активное распространение контрафактной продукции, особенно в сегменте программного обеспечения и медиаконтента, и повсеместные нарушения авторских прав в цифровой среде оказывают разрушительное воздействие на экономическую устойчивость инновационных предприятий. Эти явления подрывают их конкурентоспособность и препятствуют развитию легального рынка интеллектуальной собственности. Усугубляет ситуацию недостаточная информированность субъектов инновационной деятельности, в частности исследователей, разработчиков и предпринимателей, о доступных механизмах правовой охраны и защиты своих интеллектуальных прав [2]. Отсутствие четкого понимания способов защиты своих разработок и коммерческих секретов приводит к уязвимости перед недобросовестной конкуренцией и утрате потенциальных экономических выгод.

Для решения проблем, препятствующих эффективной защите интеллектуальной собственности в инновационной сфере, необходим комплексный подход, включающий совершенствование законодательства, упрощение административных процедур, усиление судебной защиты, повышение правовой грамотности и активизацию мер по борьбе с нарушениями прав. Совершенствование законодательства предполагает уточнение норм, регулирующих вопросы интеллектуальной собственности, устранение пробелов и коллизий, а также адаптацию законодательства к новым технологическим вызовам, таким как развитие искусственного интеллекта и блокчейна. Необходимо также гармонизировать российское законодательство с международными нормами в области интеллектуальной собственности для облегчения трансграничной коммерциализации инноваций.

Упрощение административных процедур включает в себя оптимизацию процесса подачи заявок на получение патентов, товарных знаков и иных охранных документов, сокращение сроков рассмотрения заявок, а также внедрение электронных сервисов и цифровых технологий для повышения эффективности работы патентного ведомства. Следует также рассмотреть возможность введения системы ускоренной экспертизы заявок на объекты интеллектуальной собственности, имеющие важное значение для социально-экономического развития страны.

Усиление судебной защиты прав на интеллектуальную собственность требует повышения квалификации судей и экспертов в области интеллектуальной собственности, совершенствования механизмов

доказывания нарушений прав, а также увеличения размеров компенсаций за причиненный ущерб. Важно также развивать альтернативные способы разрешения споров в сфере интеллектуальной собственности, такие как медиация и арбитраж.

Государство оказывает поддержку инновационной деятельности в различных формах, включая гранты, субсидии, налоговые льготы и иные меры стимулирования [3]. Гранты предоставляются на конкурсной основе для финансирования научных исследований и разработок, имеющих важное значение для экономики и общества. Субсидии предоставляются для компенсации части затрат на реализацию инновационных проектов. Налоговые льготы предоставляются организациям, осуществляющим инновационную деятельность, в виде снижения налоговой ставки по налогу на прибыль, освобождения от уплаты налога на имущество и иных льгот.

В России действует ряд институтов, занимающихся поддержкой и финансированием инновационной деятельности. К ним относятся, например, Фонд содействия инновациям, Внешэкономбанк, Российская венчурная компания и другие организации. Фонд содействия инновациям оказывает финансовую поддержку малым инновационным предприятиям на начальных этапах их развития. Внешэкономбанк предоставляет кредиты и гарантии для финансирования крупных инновационных проектов. Российская венчурная компания инвестирует в венчурные фонды, которые финансируют инновационные компании на различных стадиях их развития.

В контексте анализа инновационной деятельности в Российской Федерации важно отметить, что ее развитие является одним из ключевых факторов, определяющих конкурентоспособность национальной экономики. Н.В. Апатова подчеркивает, что активизация инновационной деятельности представляет собой необходимую предпосылку для обеспечения устойчивого экономического роста и повышения уровня жизни населения [2]. По мнению автора, стимулирование инноваций требует комплексного подхода, включающего создание благоприятной институциональной среды, поддержку научных исследований и разработок, а также развитие инновационной инфраструктуры.

Правовое обеспечение инновационной деятельности является необходимым условием для успешного развития инновационной экономики в России. Совершенствование законодательства в сфере интеллектуальной собственности, повышение эффективности правоприменения, развитие механизмов государственной поддержки инноваций и создание благоприятной инновационной среды являются ключевыми факторами стимулирования инновационной деятельности и повышения конкурентоспособности российской экономики на мировом рынке. Необходимо дальнейшее развитие правовых механизмов, способствующих коммерциализации научных разработок и их внедрению в производство.

Список использованных источников:

1. Киреев Н. В. Проблемы правового регулирования инновационной деятельности в сфере энергосберегающих технологий в аспекте обеспечения экономической безопасности России // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. – 2015. – № 2 (30). – С. 115-120.

2. Апатова Н. В. Инновационная деятельность в Российской Федерации // Тенденции развития интернет и цифровой экономики: Труды VII Международной научно-практической конференции. – Симферополь: ИП Зуева, 2024. – С. 61-63. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?edn=fcquym Дата обращения: 10.05.2025г.

3. Григорьева А. В. Проблемы развития инновационной деятельности в России на современном этапе // Инновационные источники роста российской экономики: межвузовский сборник научных трудов по итогам I и II научно-практических конференций молодых ученых Волгоградского государственного технического университета. – Волгоград: ВГТУ, 2009. – С. 29-32. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/hldffq Дата обращения: 10.05.2025г.

© Арзамасцева А.А., 2025

УДК 366.1

ПОВЕДЕНИЕ КЛИЕНТОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ПРИ ОКАЗАНИИ УСЛУГ

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

Интернет стал неотъемлемой частью жизни современного человека. В эпоху цифровизации благодаря широкому доступу к информации, клиенты становятся более осведомленными о предложениях на рынке и предъявляют повышенные требования к качеству и функциональности услуг [4, с.110].

Внедрение электронной коммерции оказало существенное влияние на упрощение процессов как для предпринимателей, так и для клиентов. Электронная коммерция – совокупность торгово-организационных операций, включая рекламирование, распространение, продвижение и продажу товаров и услуг, посредством сети Интернет [1, с. 47].

В современном мире клиент принимает решение о приобретение услуги, опираясь на сложный комплекс факторов: от финансовых возможностей до личных желаний. В связи с этим, анализ поведения

клиентов в Интернете приобретает первостепенное значение для специалистов по маркетингу, стремящихся понять и предсказать их выбор.

Анализ поведения клиентов в сети Интернет фокусируется на том, как люди выбирают и приобретают услуги, необходимые для удовлетворения их потребностей и желаний. Ключевую роль в этом процессе играют эмоциональные, когнитивные и поведенческие факторы, определяющие их выбор.

Электронная коммерция характеризуется быстрым прогрессом технологий, что приводит к изменениям в моделях поведения клиентов. Обычные способы получения услуг заменяются цифровыми платформами, что влияет не только на методы получения услуги, но и на предпочтения и ожидания потребителей. В наше время потребитель ожидает не только качественную услугу, но и удобный доступ к информации о них, комфортное взаимодействие с продавцом.

Для того, чтобы проанализировать поведение клиентов в сети Интернет рассмотрим какие изменения происходят в поведение клиента и как это связано с современными технологиями.

Пик перехода сферы оказания услуг в Интернет пришелся на 2020 год – год пандемии COVID-19, когда многие услуги невозможно было предоставлять в реальной жизни. Клиенты получили возможность пользоваться цифровыми технологиями во всех сферах, что привело к высокой осведомленности клиентов о характеристиках и стоимости услуг в реальном времени. Например, большой рост произошел в сфере развлекательного сервиса-стриминговые платформы, онлайн-игры получили огромный прирост клиентов.

В настоящие время в Интернете предоставляется большой ассортимент услуг. Онлайн-банкинг: сервисы банков для управления финансами с помощью сети Интернет, включая переводы, оплату счетов и многое другое. Онлайн-образование: курсы, лекции и тренинги, позволяющие проходить обучение, не выходя из дома. Онлайн-фитнес: тренировки с помощь интернет-платформ с видеотрансляциями в реальном времени. Телемедицина: получение медицинских услуг и консультаций врачей по сети Интернет. Туристические сервисы: бронирование номеров в отелях, билетов на транспорт, экскурсий и других услуг для путешественников. Развлекательный сервис: онлайн-игры. Онлайн-библиотеки: возможность почитать желаемую книги, не выходя из дома.

Таким образом, в Интернете теперь доступен полный спектр услуг, удовлетворяющих потребности клиентов, которые раньше можно было получить только в физическом мире.

Влияние электронной коммерции на потребителей выражается в следующих аспектах. Ориентация на онлайн-услуги: электронная коммерция позволяет клиентам оказывать услуги, которые ранее можно было получить только в реальном миру, не выходя из дома с помощью

цифровых технологий, что значительно снижает не только денежные затраты, но и экономит время. Понятность оказания услуги: в Интернете клиент может ознакомиться с составляющими услуги, отзывами о ней и сравнить стоимость с конкурентами. Увеличение доступности услуг: клиенты, проживающие в отдаленных районах, получают возможность получить услуги, не выходя из дома. Персонализация предложения: клиент, изучая огромное количество информации получает предложение, подходящее под его уровень дохода или желание, что делает клиента более лояльным и открытым к принятию решение о приобретении услуги. Увеличения скорости проведения услуги. Самообслуживание позволяет клиентам выполнить большое количество задач, не привлекая сотрудников компании. Использование социальных сетей: пользователи склонны полагаться на отзывы в социальных сетях и советы друзей при выборе услуг, что подчеркивает важность онлайн-репутации для предпринимателей.

Поведение клиентов в сети Интернет зависит от множества факторов, включая индивидуальные характеристики потребителя, технологические возможности, доступность и качество цифровых каналов, экономические условия, социальные нормы и культурные особенности. Можно выделить несколько ключевых факторов [2, с. 44]. Возраст и образовательный уровень: молодое поколение быстрее осваивает новые технологии по сравнению с пожилыми клиентами, которые привыкли к классическим методам предоставления услуг. Образование также играет значительную роль, так как оно влияет на умении понимать и использовать сложные технологии. Клиенты с высшим образованием, как правило, имеют развитые навыки критического мышления и обучаемости, что помогает им быстрее осваивать новые цифровые инструменты. Технические возможности: доступ к быстрому интернету, современным устройствам и удобным электронным платежам способствует положительному восприятию клиентами электронной коммерции. Экономические условия: финансовое положение клиентов влияет на их способность использовать цифровые услуги. Социальное окружение: если в окружении клиента все пользуются онлайн-услугами, то потребитель будет следовать их примеру. Личные характеристики: предпочтения и желания клиентов могут сильно отличаться друг от друга, что оказывает влияние на их поведение.

Таким образом, внедрение электронной коммерции в жизнь современного клиента изменяет способы предоставления услуг и формирует новое поведение клиента, делая его более активным и осознанным. Пользователи ожидают, что услуги будут максимально адаптированы под их потребности, что стимулирует предпринимателей более тщательно формировать предложение.

Электронная коммерция кардинально меняет поведение клиентов, что вынуждает компании перестраивать свои бизнес-модели и процессы. Поскольку клиенты все больше предпочитают онлайн-взаимодействие,

организациям необходимо развивать удобные и эффективные цифровые каналы, такие как привлекательные веб-сайты, мобильные приложения и активное присутствие в социальных сетях [3, с. 70]. В условиях цифровизации трансформируется не только поведение клиентов, но и подход организаций к предоставлению своих услуг.

Список использованных источников:

1. Назаров О. О. Предпринимательская деятельность в условиях развития электронной коммерции. // Закон и право. – 2020. – №3. – С. 47-50

2. Казанская И.В., Ямщиков С.В., Ромашкина А.П. Gотребление и потребительское поведение в цифровую эпоху // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. №1. – С. 43–47

3. Понукали И.А. Влияние новых цифровых технологий на потребительское поведение: региональный аспект // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. – 2019. – №1. – С. 68–73

4. Джумагылыджова А. Дж., Шамырадов К.М. Исследование влияния микроэкономических факторов на потребительский спрос в условиях цифровой трансформации экономики // Символ науки. 2023. №10-2. – С. 110-111. – С. 236

© Арзамасцева А.А., 2025

УДК 339.138

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ЭКОНОМИЧЕСККОЕ РАЗВИТИЕ

Арситова У.Д., Болотина М.А.
Научный руководитель Невмержицкая О.Н.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва

В настоящее время существует множество определений термина «глобализация», так как многие ученые-экономисты рассматривают данное явление с разных сторон. Т. Левитт рассматривал глобализацию как «исключительно экономический, рыночный феномен», а именно как «объединение рынков сбыта продукции транснациональными корпорациями». Э. Гидденс, в свою очередь, отмечал, что «глобализация – это процесс социальной трансформации, в ходе которого человеческие сообщества интегрируются во всемирную социальную систему». Гидденс рассматривал глобализацию как прямое продолжение модернизации, считая, что современности внутренне присуща глобализация. Л.Е. Гринин определял глобализацию как «процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации». Основным следствием этого является мировое разделение труда, миграция и, как правило, концентрация в масштабах всей планеты капитала, человеческих и

производственных ресурсов, стандартизация законодательства, экономических и технологических процессов, а также сближение и слияние культур разных стран. По мнению учёного Н.С. Мироненко, глобализационная модель развития мирового хозяйства означает «свободу перелива капитала из стран с неблагоприятной конъюнктурой (со слабыми конкурентными преимуществами) в страны, где может быть обеспечена стабильность в получении высокой нормы и массы прибыли».

Обобщая все вышесказанное, можно сказать, что глобализация – это процесс, который развивает экономику всех стран благодаря их тесной взаимосвязи. Глобальное расширение и объединение всех хозяйств в единый рынок, позволяет сократить затраты, что, безусловно, окажет положительное влияние на экономическую среду государств.

Глобализация – это растущая взаимосвязь и взаимозависимость стран и регионов мира, охватывающая экономику, политику, культуру и технологии. Этот процесс подпитывается развитием международной торговли, инвестиций, транспорта и коммуникаций, что облегчает перемещение людей, товаров, услуг, капитала и идей через границы. Глобализация является процессом всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации, проявляющийся в усилении связей и взаимозависимостей людей, организаций, государств.

Благодаря распространению товаров и услуг по всему миру, экономика эффективно развивается, что способствует всем странам усиливать международные связи. Она характеризуется усилением экономической интеграции, ускоренной научно-техническим прогрессом, переходом к информационному обществу и либерализацией международной торговли и движения капитала.

Глобализация является одной из ключевых тенденций в развитии мировой экономики, оказывающей значительное влияние на политический, социальный и культурный ландшафт мира. Практически все страны мира в той или иной степени затронуты этими процессами, которые стимулируют развитие и движение мировой экономики.

Возникновение глобализации обусловлено определенным набором факторов. К ним относятся создание новых форм международного и регионального управления; появление новых средств коммуникации; распространение информационных технологий, увеличение скорости передачи информации.

Глобализация охватывает экономическую сферу жизни и влияет на формирование планетарного экономического пространства. Иными словами, отрасли, география размещения производств, обмен информацией и технологиями определяются соображениями развития мирового хозяйства. Все экономические подъемы и кризисы происходят в мировом масштабе. Однако, глобализация – это сложный и неоднозначный процесс. С одной стороны, она создает условия для интеграции в мировые

экономические связи и ускоряет экономическое развитие. С другой стороны, страны, вовлеченные в глобализацию, могут сталкиваться с дискриминацией и неравномерным развитием, когда развивается лишь определенный сектор экономики [1].

Экономическое развитие – это расширенное воспроизводство и постепенные качественные и структурные положительные изменения экономики, производительных сил, образования, науки, культуры, уровня и качества жизни населения, человеческого капитала. Экономическое развитие включает развитие общественных отношений, поэтому протекает различно в конкретных исторически сложившихся условиях технологических укладов экономики и распределения материальных благ. Этот процесс способствует улучшению качества жизни населения [2].

В настоящее время нет единого мнения об эффективности глобализации. Некоторые ученые считают, что она укрепляет позиции ведущих стран мира, в то время как другие видят в ней возможность для развития, защиты и расширения потенциала всего человечества [3].

К положительным аспектам влияния глобализации на экономическое развитие можно отнести следующее. Расширение торговли: глобализация активизирует международную торговлю, позволяя странам покупать товары и услуги за рубежом и продавать свои собственные на мировом рынке. Это открывает новые перспективы для экономического роста и прогресса. Движение капитала: глобализация упрощает перемещение инвестиций между странами. Иностранные инвестиции могут способствовать развитию различных секторов экономики, создавая новые рабочие места и предоставляя развивающимся странам доступ к современным технологиям и знаниям. Ускорение технологического прогресса: глобализация стимулирует обмен знаниями и инновациями между странами и компаниями, что приводит к ускорению технологического прогресса. Это способствует повышению производительности, снижению издержек и улучшению качества товаров и услуг. Усиление конкуренции: глобализация обостряет конкуренцию на мировом рынке, что подталкивает компании к инновациям, снижению цен и повышению качества продукции. Однако это также может создавать трудности для компаний, не способных конкурировать на глобальном уровне [4].

В целом, глобализация открывает возможности для экономического развития, но также создает определенные проблемы и требует принятия мер для обеспечения справедливого и устойчивого развития.

В качестве отрицательных черт влияния глобализации на экономику можно выделить следующие. Углубление неравенства: глобализация может усиливать неравенство как между богатыми и бедными странами, так и внутри отдельных стран. Более развитые страны могут извлекать больше выгоды из международной торговли и притока инвестиций, в то время как менее развитые страны могут оказаться в невыгодном положении. Это

может приводить к увеличению разрыва в доходах и возможностях между различными слоями населения. Риски для местной экономики: глобализация может представлять угрозу для местных отраслей и компаний. Конкуренция с иностранными компаниями может привести к потере рабочих мест и снижению прибыльности местных предприятий, что негативно сказывается на экономике регионов и жизни людей. Повышение уязвимости к кризисам: глобализация может сделать экономику страны более восприимчивой к мировым экономическим кризисам. Экономические потрясения в одной стране или регионе могут быстро распространяться по всему миру через международные торговые и финансовые связи, что может приводить к снижению занятости и другим негативным последствиям для экономического развития. Ухудшение экологии: расширение международной торговли часто сопровождается ростом выбросов вредных веществ в атмосферу и истощением природных ресурсов. Увеличение объемов грузоперевозок, необходимых для глобальной торговли, также способствует загрязнению окружающей среды. Размывание культурной самобытности: глобальное распространение массовой культуры и продукции транснациональных корпораций может привести к утрате уникальных местных традиций и ценностей, а также к культурной унификации [5].

Важно подчеркнуть, что вышеприведенные негативные последствия не являются неизбежными. Правильно выстроенная политика, ориентированная на устойчивое развитие и социальную справедливость, способна минимизировать их.

Глобализация – это сложный процесс, имеющий как положительные, так и отрицательные стороны. Она стимулирует международную торговлю, приток инвестиций и обмен знаниями, что потенциально способствует экономическому росту. Однако она также может усугубить неравенство, привести к потере рабочих мест и повысить уязвимость перед глобальными экономическими потрясениями.

Глобализация естественным образом затрагивает как экономику России, так и экономику других государств. Благодаря глобализации внешняя торговля Российской Федерации заметно увеличилась, а также внедрение иностранных продуктов в государство позволило сделать огромный шаг в развитии России, например, новые рабочие места, приток инновационных технологий и т.д. Благодаря глобализации нашему государству предоставилась возможность сотрудничать со многими странами, экспортируя свои товары и услуги, что положительно повлияло на экономический рост.

Четко утверждать, что глобализация приносит только положительные результаты в развитии государств невозможно. На примере взаимоотношений России и Китая можно увидеть наглядный пример «двоякого» влияния глобализации. Экспорт товаров и технологий в Китай,

позволил выйти на мировой рынок и продвинуть свою экономику на мировой уровень, однако невероятное количество мануфактур привело к глобальным экономическим проблемам. Именно поэтому рассматривать однозначное влияние глобализации на развитие стран весьма проблематично.

Таким образом, можно сделать вывод, что для справедливой глобализации необходимо разрабатывать политику, учитывающую интересы всех стран и слоев населения, и направленную на смягчение негативных последствий глобализации. Это включает в себя защиту прав трудящихся, поддержку местной экономики, инвестиции в образование и инновации, а также укрепление международного сотрудничества в области охраны окружающей среды и социальной справедливости.

Глобализация открывает перед всеми странами новые возможности, но и ставит перед ними серьезные задачи. Необходимо стремиться к такой форме глобализации, которая будет более справедливой и устойчивой, способствуя экономическому развитию и повышению благосостояния всех людей.

Список использованных источников:

1. Кудров В.М. Мировая экономика: Учебник/В.М. Кудров. – М.: Юстицинформ, 2009. – 512 с. – (Серия «Образование»);

2. https://ru.wikipedia.org/wiki/;

3. Ломакин В.К. Мировая экономика: Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 735 с.

4. Хашир Б.О. Финансы: учеб. пособие / Б.О. Хашир, В.А. Семидоцкий, Е.Э. Удовик, Н.Ю. Сухина, Т.А. Литвинюк, А.С. Петренко, Э.М. Баданин, А.А. Якименко – Краснодар: изд. ФГБОУ ВО «КубГТУ», 2018. – 337 с.

5. Петренко А.С., Купченко А.А. Стратегия финансовой политики в соответствии с новыми финансовыми явлениями// Материалы международной научно-практической конференции «Структурная и технологическая трансформация России: проблемы и перспективы от плана ГОЭЛРО до наших дней», 2021 г. – 326 с.

© Арситова У.Д., Болотина М.А., 2025

УДК 332.01, 332.02

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕГИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ: ИНСТРУМЕНТЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Арцытов Н.А.

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

Привлечение инвестиций в региональную экономику является ключевым фактором устойчивого развития территорий. Самарская область, обладая развитой промышленной базой и выгодным географическим положением, активно реализует политику по улучшению инвестиционного климата.

По данным Самарастата, объем инвестиций в основной капитал в Самарской области за 2024 год составил 516,6 млрд. рублей, что на 4,9% выше показателя предыдущего года [1]. С 2019 года объем инвестиций практически удвоился, что свидетельствует о положительной динамике инвестиционной активности в регионе (табл. 1).

Таблица 1 – Объем инвестиций в основной капитал в Самарской области (2019-2024 гг.)

Год	Объем инвестиций, млрд. руб.	Темп роста, %
2019	265,0	–
2020	290,0	+9,4
2021	310,0	+6,9
2022	364,2	+17,5
2023	446,7	+22,7
2024	516,6	+15,7

В табл. 2 представлены инвестиции в разрезе отраслей по данным Самарастата, за 2024 год.

Таблица 2 – Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности в Самарской области (2024 г.)

Отрасль	Объем инвестиций, млрд руб.	Доля в общем объеме, %
Обрабатывающие производства	228,1	44,1
Транспорт и хранение	76,5	14,8
Электроэнергетика и газоснабжение	52,3	10,1
Строительство	43,9	8,5
Водоснабжение, водоотведение	22,6	4,4
Прочие	93,2	18,1

Наибольший вклад в инвестиционную активность региона вносит обрабатывающая промышленность – ключевая сфера для Самарской области, где расположены предприятия автомобилестроения, нефтехимии и машиностроения.

В Самарской области реализуется комплекс мер по поддержке инвесторов, включая [2]: налоговые льготы – освобождение от налога на имущество организаций и снижение ставки налога на прибыль; субсидии – предоставление субсидий на реализацию инвестиционных проектов;

инвестиционные меморандумы – заключение соглашений между инвестором и правительством области; присвоение статуса стратегического инвестиционного проекта, что обеспечивает приоритетное рассмотрение и поддержку проектов.

Основой правового регулирования инвестиционной деятельности в регионе является Закон Самарской области от 16.03.2006 № 19-ГД «Об инвестициях и государственной поддержке инвестиционной деятельности в Самарской области» [3]. Данный закон устанавливает формы и условия предоставления государственной поддержки инвесторам.

Согласно рейтингу агентства «Эксперт РА», Самарская область входит в группу регионов с высокой инвестиционной привлекательностью (группа 1С3) [4]. Факторами, способствующими этому, являются развитая промышленная и транспортная инфраструктура; высокий уровень образования и наличие квалифицированных кадров; активная поддержка инновационных проектов и малого бизнеса.

Анализ показывает, что реализуемые в регионе меры поддержки способствуют увеличению объемов инвестиций и улучшению делового климата. Рост инвестиций в основной капитал, увеличение числа реализуемых проектов и повышение рейтинга инвестиционной привлекательности подтверждают эффективность проводимой политики.

Новые меры поддержки инвесторов в 2024-2025 гг. Инвестиционный налоговый вычет по налогу на прибыль согласно Федеральному закону № 335-ФЗ от 27.11.2017. Программа «Земля для инвестора» – предоставление земельных участков без торгов для приоритетных проектов. Цифровая платформа «ИнвестСамара», запущенная в 2024 году для онлайн-сопровождения инвесторов.

Сравнительный анализ Самарская области и других регионы ПФО по данным Росстата [5] представлен в табл. 3.

Таблица 3 – Сравнение объемов инвестиций в основной капитал по регионам ПФО (2024 г.)

Регион	Инвестиции в основной капитал, млрд руб.	Инвестиции на душу населения, тыс. руб.
Республика Татарстан	864,3	222,1
Самарская область	516,6	163,4
Нижегородская область	613,8	189,2
Пермский край	447,1	174,6
Саратовская область	259,2	117,3

Самарская область занимает уверенное третье место в ПФО по общему объему инвестиций, однако в расчете на душу населения уступает лидерам, что свидетельствует о наличии потенциала для роста.

На территории Самарской области функционирует ОЭЗ «Тольятти», где инвесторам предлагаются: освобождение от налога на имущество до 10 лет; льготная ставка по налогу на прибыль; инфраструктурная поддержка. Примеры успешных инвестиционных проектов. ООО «Самарский станкостроительный завод» – модернизация на 1,2 млрд. руб. Завод

автокомпонентов в ОЭЗ «Тольятти» – 3,5 млрд. руб., 350 рабочих мест. Логистический центр в Кинельском районе – 2,1 млрд. руб., ПЧП.

Согласно прогнозу Минэкономразвития Самарской области, в 2025 году ожидается рост инвестиций в основной капитал до 550-570 млрд. рублей, приоритетными направлениями останутся высокотехнологичные производства; логистика и IT-инфраструктура; «зелёные» инвестиции – проекты в области переработки и энергоэффективности.

По данным Минэкономразвития, в ОЭЗ зарегистрировано более 40 резидентов, общий объем инвестиций превышает 32 млрд. рублей. На рис. 1 представлена диаграмма структуры инвестиций в ОЭЗ «Тольятти» 2024 году.

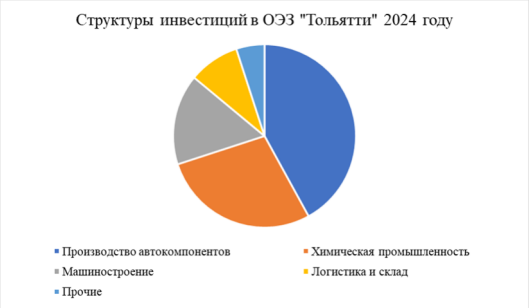


Рисунок 1 – Структура инвестиций в ОЭЗ «Тольятти» в 2024 году

Несмотря на положительную динамику, остаются проблемы: недостаток информации о мерах поддержки; сложности подключения к инфраструктуре; бюрократические барьеры на муниципальном уровне; кадровый дефицит в высокотехнологичных отраслях.

Можно сформулировать следующие рекомендации по повышению эффективности инвестиционной политики: упрощение процедур через цифровые платформы; расширение отраслей, подпадающих под стратегические проекты; программы подготовки кадров; активное продвижение инвестиционного имиджа региона; развитие муниципальных инвестиционных паспортов; разработка рейтинговой системы муниципалитетов по уровню инвестиционного климата; внедрение анализа окупаемости мер поддержки, позволяющий отслеживать возврат инвестиций в региональный бюджет; активизация привлечения внешних инвестиций через участие в международных форумах (ПМЭФ, KazanForum, China-Russia Expo).

Самарская область демонстрирует успешный опыт привлечения инвестиций в экономику региона. Комплексный подход, включая законодательную поддержку, налоговые льготы и сопровождение проектов, способствует устойчивому развитию и повышению инвестиционной привлекательности.

Список использованных источников:

1. Самарастат. https://63.rosstat.gov.ru/investment

2. Официальный портал поддержки инвесторов Самарской области / [Электронный ресурс] // https://razvitie63.ru
3. Закон Самарской области от 16.03.2006 № 19-ГД / [Электронный ресурс] // https://www.consultant.ru
4. Агентство "Эксперт РА" / [Электронный ресурс] // https://raexpert.ru
5. Фонд развития промышленности Самарской области / [Электронный ресурс] // https://frp63.ru

© Арцытов Н.А., 2025

УДК 336.7

ВОЗРАСТНОЙ АСПЕКТ КРЕДИТНОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

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

Кредитное поведение населения является важным аспектом экономической деятельности, оказывающим влияние на финансовую стабильность как отдельных граждан, так и общества в целом. В условиях глобализации и роста доступности финансовых инструментов изучение факторов, определяющих кредитные решения, становится все более актуальным. Одним из ключевых аспектов, влияющих на кредитное поведение, являются возрастные установки, которые формируют отношение человека к финансам, рискам и долговым обязательствам. Целью исследования является анализ влияния возрастных установок на кредитное поведение различных групп населения.

Возрастные установки при принятии финансовых решений формируются под влиянием множества факторов, включая социальное окружение, экономические условия и жизненный опыт. Эти установки определяют отношение человека к финансам и его поведение в отношении кредитов. Например, молодые люди в возрасте 18-24 лет, согласно исследованию Национального бюро экономических исследований (NBER), часто принимают более рискованные финансовые решения, включая активное использование кредитных продуктов [1]. Это связано с их стремлением к быстрому достижению целей и недостаточным опытом управления финансами. В то же время пожилые люди, по данным исследования Старченко и др., склонны избегать кредитов, отдавая предпочтение сбережениям и минимизации долгов [2]. Их поведение отражает жизненные установки, сформированные под влиянием многолетнего опыта и экономической нестабильности, которую они могли пережить в прошлом. Кредитное поведение населения формируется под

влиянием как внутренних, так и внешних факторов, включая психологические и социальные аспекты, что подчеркивают Бадмахалгаев и др. [3]. Таким образом, возрастные установки и кредитное поведение являются результатом комплексного взаимодействия различных факторов, что подчеркивает важность учета как индивидуальных, так и социальных аспектов при анализе финансового поведения.

Различия в финансовых привычках между возрастными группами обусловлены как личностными особенностями, так и внешними обстоятельствами. Молодые люди, находящиеся на этапе активного формирования своей финансовой независимости, часто склонны к экспериментам с кредитными продуктами. Это может быть вызвано как влиянием их социальной среды, так и необходимостью финансировать образование или начинать карьеру. В противоположность этому, пожилые люди, обладая большим опытом и более высоким уровнем финансовой грамотности, как правило, демонстрируют более консервативный подход к управлению финансами. Они предпочитают избегать долгов и ориентируются на накопление средств, что позволяет им чувствовать себя финансово защищенными.

Социальные аспекты играют ключевую роль в формировании кредитного поведения, определяя окружение и нормы, которым человек следует при принятии финансовых решений. Молодежь, особенно в возрасте от 18 до 29 лет, часто ориентируется на мнение родителей и ближайшего социального круга при выборе кредитных продуктов или принятии решений о займах. Исследование, проведенное в США в 2020 году, показало, что 64% молодых людей рассматривают влияние родителей и друзей как значимый фактор в своих финансовых решениях [4]. Таким образом, социальное окружение формирует установки, которые могут способствовать как ответственному отношению к кредитам, так и увеличивать склонность к необдуманным финансовым действиям. Ильина подчеркивает, что «изучение финансового поведения населения с точки зрения экономической социологии является актуальным и обоснованным в современном обществе, особенно это касается кредитного поведения, так как данная форма финансового поведения является востребованной среди населения России» [1].

Экономические условия оказывают значительное влияние на кредитное поведение населения, определяя доступность финансовых ресурсов и степень необходимости в кредитах. В странах с высоким уровнем безработицы, таких как Испания, где в 2021 году уровень безработицы среди молодежи достигал около 30%, наблюдается низкий уровень кредитной активности среди молодых людей. Это обусловлено отсутствием стабильного дохода, что снижает их способность обслуживать кредиты и увеличивает финансовую уязвимость. С другой стороны, в экономически стабильных регионах с высокими доходами населения

кредитное поведение отличается большей активностью, так как люди могут использовать кредиты для улучшения своего благосостояния.

Восприятие риска существенно меняется с возрастом, что отражается на принятии кредитных решений. Молодые люди, как правило, склонны недооценивать возможные негативные последствия кредитования, что связано с их оптимизмом и меньшей осведомленностью о финансовых рисках. С другой стороны, пожилые люди, благодаря своему жизненному опыту и большей финансовой грамотности, чаще проявляют осторожность и избегают кредитов, предпочитая более надежные способы управления финансами. Эти изменения восприятия риска объясняют различия в кредитном поведении между возрастными группами и подчеркивают важность учета возрастных особенностей при разработке финансовых продуктов.

Для проведения эмпирического исследования кредитного поведения различных возрастных групп была использована комбинированная методология, включающая анкетирование и анализ транзакционных данных. Анкетирование позволило собрать информацию о субъективных предпочтениях и установках респондентов в отношении кредитов, а также о психологических и социальных аспектах, влияющих на их решения. Анализ транзакционных данных предоставил объективные данные о реальных финансовых операциях участников исследования, что позволило сопоставить декларируемое поведение с фактическим. Такой подход обеспечивает комплексное понимание кредитного поведения, объединяя качественные и количественные данные.

Выборка исследования включала более 10000 респондентов из различных возрастных групп, начиная от молодёжи в возрасте 18-24 лет и заканчивая пожилыми людьми старше 65 лет [5]. Участники были отобраны с учётом разнообразия социально-экономического положения, уровня доходов и географической принадлежности, что обеспечило широкий спектр кредитного поведения и предпочтений. Для достижения репрезентативности выборки использовались случайные и стратифицированные методы отбора, что гарантировало точность и достоверность полученных данных. Важным аспектом является то, что «среди эвакуированного населения происходит размывание исходных социальных установок, ценностных основ и ролевых стандартов, обеспечивающих целостность общества». Это размывание может повлиять на кредитные предпочтения и поведение различных групп, подчеркивая необходимость комплексного подхода к анализу полученных данных.

Предпочтения и стратегии кредитования заметно различаются среди представителей разных поколений. Молодые люди чаще используют кредитные карты для повседневных расходов. Данные Федеральной резервной системы США подтверждают это: 78% людей в возрасте от 25 до 34 лет имеют задолженности по кредитным картам. При этом «данные

факторы стимулируют спрос на кредитные карты среди широких слоев населения. Немаловажную роль в росте количества кредитных карт играет и активная маркетинговая политика финансовых организаций» [6]. Молодые семьи, находясь на этапе жизни, когда приобретается жильё, чаще берут ипотечные кредиты. С другой стороны, пенсионеры в большей степени ориентированы на потребительские займы, которые удовлетворяют их текущие потребности.

Сравнение финансовых предпочтений и поведения различных возрастных групп позволяет выявить ключевые различия и сходства. Молодёжь чаще выбирает краткосрочные кредитные продукты, такие как кредитные карты, что связано с их стремлением к мобильности и доступности средств. Взрослые и пожилые люди, напротив, ориентируются на долгосрочные финансовые решения, такие как ипотека или потребительские кредиты с фиксированными условиями. Эти различия обусловлены разными жизненными этапами и финансовыми целями. При этом общее для всех возрастных групп стремление к финансовой безопасности и минимизации издержек подчеркивает важность адаптации кредитных продуктов под их уникальные потребности.

Молодежь, как значительная часть потребителей кредитных продуктов, требует особого подхода в маркетинге. Согласно исследованию Deloitte 2022 года, 73% миллениалов (поколение, родившееся примерно с 1981 по 1996 гг.) предпочитают использовать мобильные приложения для управления своими финансами. Это подчеркивает важность цифровых технологий в маркетинговых стратегиях для этой группы. Финансовым учреждениям следует сосредоточиться на развитии удобных и функциональных мобильных приложений, которые обеспечивают доступ к информации о кредитах, дают возможность быстро подавать заявки и управлять своими финансами. Более того, стоит учитывать, что молодежь активно использует социальные сети, поэтому реклама кредитных продуктов через эти каналы может быть особенно эффективной. Эти меры помогут привлечь внимание молодых людей и удовлетворить их потребности в современных решениях.

Старшие возрастные группы, напротив, часто отдают предпочтение традиционным формам взаимодействия с финансовыми учреждениями. Согласно данным AARP, более 60% людей старше 55 лет предпочитают личное общение с представителями банков при обсуждении кредитных условий. Это указывает на необходимость персонализированного подхода в маркетинговых стратегиях для этой группы. Финансовые учреждения могут организовывать консультации и встречи, где специалисты помогут клиентам разобраться в кредитных продуктах и выбрать подходящие условия. Кроме того, стоит акцентировать внимание на надежности и стабильности, что особенно важно для старшего поколения. Эти меры

позволят установить доверительные отношения с клиентами и повысить их удовлетворенность.

Кредитное поведение различных возрастных групп представляет собой сложный и многогранный феномен, требующий дальнейшего изучения. Современные технологии и цифровизация финансовых услуг оказывают значительное влияние на предпочтения заемщиков, особенно среди молодежи. Исследование TransUnion, проведенное в 2021 году, показывает, что 70% заемщиков в возрасте до 30 лет предпочитают использовать цифровые платформы для управления своими финансами, что подчеркивает важность изучения роли технологий в формировании кредитных решений и финансовых привычек. Это указывает на необходимость комплексного подхода к анализу влияния цифровизации не только на кредитное поведение, но и на более широкие социальные аспекты.

В ходе проведенного исследования были выявлены ключевые аспекты, влияющие на кредитное поведение различных возрастных групп. Анализ социальных, экономических и психологических факторов показал, что возрастные установки играют значительную роль в формировании финансовых привычек и предпочтений [7]. Теоретические и эмпирические данные подтвердили наличие значительных различий в кредитных решениях между молодыми, средневозрастными и пожилыми людьми.

Таким образом, возрастные установки являются ключевым фактором, определяющим кредитное поведение. Осознание их значимости позволяет не только улучшить практику кредитования, но и способствует повышению финансовой грамотности населения. Это исследование подчеркивает необходимость учета возрастных особенностей в разработке финансовых стратегий и продуктов.

Список использованных источников:

1. Ильина Е.А. Кредитная активность московской молодежи на рынке банковских услуг // Конференция «Ломоносов 2016». – Москва, 2016.

2. Старченко Е.Н., Вержицкий Д.Г., Копышева Т.В. Повышение финансовой грамотности населения как фактор решения социальных проблем // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 6. – С. 401–402.

3. Бадмахалгаев Л. Ц., Сарунова М. П., Шашлеева Д. Б., Пюрбеев С. О., Санчиров К. В. Финансовое поведение и анализ долговой нагрузки населения регионов России // Российский экономический интернет-журнал. – 2019. – № 3. – С. 14-27.

4. Ибрагимова Д. Х. О доверии населения финансовым институтам // Деньги и кредит. – 2012. – № 4. – С. 65–66.

5. Проблемы социальной идентификации российской молодежи: содержательный и коммуникативный аспекты: Всероссийская научно-практическая конференция (г. Ульяновск, 29-30 октября 2019 г.) сборник научных трудов / отв. ред. О.В. Шиняева. [Электронный ресурс]. – Электронн. дан. – Ульяновск: УлГТУ, 2019. – 322 с.

6. Фоменко Ю.В. Психология кредитования: как кредитные карты влияют на человека // Международный научный журнал "Флагман науки". – 2024. – № 5(16).

7. Хитрова, М. М. Финансовое поведение детей и молодежи: основные аспекты / М. М. Хитрова, Т. А. Джавадов, Н. М. Квач // Инновационное развитие техники и технологий в промышленности : Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 17–20 апреля 2023 года. Том 6. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2023. – С. 219-222.

© Атамуратова Я.С., Андросова И.В., 2025

УДК 004.04

ЭВОЛЮЦИЯ СТРАТЕГИЙ ХРАНЕНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ДАННЫХ: DWH, DATA LAKE И НОВЫЕ ПОДХОДЫ В РЕАЛИЯХ БЕЛАРУСИ И РОССИИ 2025 г.

Афанасьева А.А.
Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Республика Беларусь, Минск

В статье рассматриваются современные подходы к управлению корпоративными данными в условиях экспоненциального роста их объёмов и разнообразия. Анализируются преимущества и недостатки традиционных хранилищ данных (DWH) и озёр данных (Data Lake), а также тенденция перехода к гибридным архитектурам, сочетающим достоинства обоих решений. Особое внимание уделяется новым концепциям – Data Mesh и Data Fabric, а также роли искусственного интеллекта (AI-driven Data Management) и DataOps в автоматизации процессов обработки информации. На примере Беларуси и России показаны особенности внедрения DWH и Data Lake в различных отраслях, а также влияние национальных регуляторных и технологических факторов на выбор архитектуры.

В условиях экспоненциального роста объемов и разнообразия данных, организация их сбора, обработки и хранения становится критически важной задачей для современных организаций. Многие бизнес-процессы все больше формируются вокруг данных, что обуславливает необходимость эффективного выбора между традиционными подходами, такими как DWH (хранилище данных) и Data Lake (озеро данных), а также их гибридными моделями. Изначально актуальная для телекоммуникационных компаний,

эта проблема вышла далеко за их пределы и стала ключевой для бизнеса в целом.

В то время как DWH традиционно использовались для консолидации структурированных данных, а Data Lake – для хранения неструктурированных данных (NoSQL), современные реалии требуют более гибкого подхода.

Преимущества Data Lake: базируются на Open Source решениях, обеспечивая экономическую эффективность; поддерживают бесконечное горизонтальное масштабирование, что критически важно для работы с большими данными; обеспечивают быструю первоначальную загрузку данных; позволяют хранить данные различных типов, предоставляя возможность для разнообразных аналитических задач; обеспечивают гибкий доступ к данным для различных пользователей и приложений [1].

Недостатки Data Lake: требуют значительных усилий для извлечения полезной информации; не подходят для OLTP-систем, требующих высокой скорости транзакций; характеризуются более низким уровнем контроля качества данных и повышенными рисками в области информационной безопасности [1].

Преимущества DWH: полные и структурированные данные обладают высокой бизнес-ценностью; обеспечивают удобство работы и простоту анализа; оптимизированы для быстрого поиска и формирования отчетов.

Недостатки DWH: требуют значительных инвестиций, в том числе в витрины данных; требуют времени и ресурсов для развертывания и поддержки; характеризуются высокой стоимостью хранения данных; не предоставляют доступа к сырым, необработанным данным [1].

Тренды 2025 года и перспективы развития: в 2025 году наблюдается смещение парадигмы от выбора между DWH и Data Lake к гибридным архитектурам и новым подходам, сочетающим лучшие черты обоих решений, а также ориентированным на децентрализацию и автоматизацию.

Data Mesh – этот подход предполагает децентрализацию владения данными, передавая ответственность за них конкретным бизнес-доменам. Data Mesh обеспечивает большую гибкость и масштабируемость, позволяя каждому домену самостоятельно управлять своими данными и предоставлять их другим подразделениям организации [2].

Data Fabric представляет собой архитектурный подход, обеспечивающий унифицированный доступ к данным, независимо от их местоположения, формата и способа хранения. Data Fabric использует метаданные и семантические технологии для автоматического обнаружения, классификации и интеграции данных из различных источников.

AI-driven Data Management – использование искусственного интеллекта для автоматизации задач управления данными, таких как профилирование, каталогизация, обеспечение качества и обнаружение

аномалий. AI-driven Data Management позволяет значительно повысить эффективность и снизить операционные издержки.

DataOps – применение принципов DevOps к управлению данными, автоматизируя процессы интеграции, тестирования и развертывания изменений в инфраструктуре данных. DataOps обеспечивает более быструю и надежную доставку данных до потребителей. Далее приведён результат анализа опыта Беларуси и России (табл. 1).

Таблица 1 – Анализ опыта Беларуси и России. Источник – Собственная разработка

Страна	Примеры использования DWH	Примеры использования Data Lake	Тренды и особенности
Беларусь	Банковский сектор: Использование DWH для консолидации данных о клиентах, транзакциях и рисках. Промышленность: Анализ данных о производстве, логистике и продажах для оптимизации процессов.	Телеком: Анализ данных о поведении абонентов, использовании услуг и трафике для улучшения качества обслуживания и разработки новых предложений. Ритейл: Анализ данных о продажах, запасах и покупательском поведении для оптимизации ассортимента.	Ограниченный доступ к Open Source технологиям стимулирует разработку собственных решений. Сосредоточенность на безопасности данных и соответствии регуляторным требованиям ограничивает использование облачных решений.
Россия	Крупные ритейлеры: Использование DWH для управления цепочками поставок, анализа потребительского спроса и оптимизации маркетинговых кампаний. Финансовый сектор: Анализ данных о кредитных рисках, мошенничестве и инвестициях.	E-commerce: Анализ данных о поведении пользователей на сайтах, поисковых запросах и транзакциях для персонализации предложений и повышения конверсии. Промышленность: Мониторинг состояния оборудования, оптимизация производственных процессов и прогнозирование отказов.	Активное использование Open Source решений для снижения затрат. Развитие собственных платформ Data Lake и AI-driven Data Management. Рост интереса к Data Mesh и Data Fabric для обеспечения гибкости и масштабируемости.

В результате, составлен прогноз развития данных технологий. Рост популярности гибридных архитектур: компании будут стремиться к сочетанию преимуществ DWH и Data Lake, создавая гибридные решения, адаптированные к их специфическим потребностям. Активное внедрение Data Mesh и Data Fabric: децентрализация управления данными и обеспечение унифицированного доступа к информации станут ключевыми приоритетами. Широкое использование AI-driven Data Management: искусственный интеллект будет автоматизировать рутинные задачи, повышать качество данных и предоставлять новые возможности для аналитики. Развитие DataOps: автоматизация процессов управления данными станет стандартом де-факто, обеспечивая более быструю и надежную доставку информации до потребителей. Усиление внимания к безопасности данных: компании будут инвестировать в технологии и процессы для защиты данных от несанкционированного доступа и утечек. Персонализация аналитики: аналитические инструменты станут более персонализированными, предоставляя пользователям возможность получать информацию, соответствующую их конкретным потребностям и интересам. Edge Computing: обработка данных будет перемещаться ближе к источникам, снижая задержки и повышая эффективность аналитики в реальном времени. Квантовые вычисления: появление квантовых компьютеров откроет новые возможности для решения сложных аналитических задач, таких как оптимизация цепочек поставок и прогнозирование финансовых рынков. Метавселенные и Web3: новые

платформы и технологии потребуют адаптации стратегий управления данными, чтобы обеспечить совместимость, интероперабельность и безопасность.

Таким образом, выбор между DWH и Data Lake – это вопрос оптимального сочетания подходов и технологий. В большинстве случаев эффективным решением является гибридная архитектура, учитывающая специфические потребности организации и характеристики имеющихся данных. Начинать работу рекомендуется с построения DWH, а затем, при необходимости, дополнить его Data Lake или другими компонентами. Главное – обеспечить гибкость, масштабируемость и автоматизацию процессов управления данными, чтобы максимально эффективно использовать этот ценный актив для достижения бизнес-целей.

Выбор стратегии хранения данных в 2025 году – это сложная задача, требующая учета множества факторов, включая специфические потребности организации, характеристики имеющихся данных, доступные ресурсы и требования к безопасности. Ключевыми трендами являются гибридные архитектуры, Data Mesh, Data Fabric, AI-driven Data Management и DataOps. Компании, которые смогут эффективно интегрировать эти подходы и технологии, получат значительное конкурентное преимущество в эпоху цифровой трансформации. Опыт Беларуси и России демонстрирует, что успешные стратегии управления данными должны учитывать особенности национальных рынков, регуляторные требования и доступность технологий.

В будущем можно ожидать дальнейшего развития этих трендов, а также появления новых технологий и подходов, которые изменят ландшафт управления данными. Компании, которые будут готовы адаптироваться к этим изменениям, смогут максимально эффективно использовать свои информационные активы для достижения бизнес-целей.

Список использованных источников:

1. Хранилище данных vs. Data Lake. Или почему важно научиться ходить перед тем, как начать бегать // Habr – сообщество it-специалистов URL: https://habr.com/ru/company/uralsib/blog/595449 (дата обращения: 08.05.2025).

2. Что такое озеро данных // Уроки по программированию URL: https://coder-lessons.com/tutorials/bolshie-dannye-i-analitika/teoriia-khraneniia-dannykh/15-chto-takoe-ozero-dannykh (дата обращения: 07.05.2025).

© Афанасьева А.А., 2025

УДК 336

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Ахлестин М.А., Котова Е.П., Растатуева У.И., Трехлебова Е.Г.
Научный руководитель Шильцова А.В.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва

Современный мир практически невозможно представить без цифровых технологий: на сегодняшний день сложно найти сферу хозяйствования, где бы они не применялись. Деятельность банковского сектора, в том числе, не стала исключением. Современные технологии влияют на эффективность банковских услуг, уровень безопасности финансовых операций и доступность банковских продуктов для различных категорий клиентов, которые в свою очередь отдают предпочтение тем банкам, которым удалось наиболее продуктивно внедрить и использовать технологии.

Цифровые технологии – это дискретная система, которая базируется на способах кодирования и трансляции информационных данных, позволяющих решать разнообразные задачи за относительно короткие отрезки времени. Цифровые банковские технологии – это технологии, составляющие цифровую инфраструктуру банков и используемые для быстрого и более оптимального предоставления банковских услуг [4]. Для того, чтобы оптимизировать сам рабочий процесс, банки внедряют в свою деятельность информационные, компьютерные, документные и технологические инновации, благодаря чему сотрудники банка получают возможность установить диалог с клиентом и получить от него желаемый результат.

Россияне активно пользуются цифровыми устройствами и сервисами: 85% граждан получают услуги онлайн и проводят в Интернете в среднем не менее 5 часов в день. При этом количество совершаемых ими онлайн платежей постоянно возрастает. Это стимулирует компании создавать инновации в платежной сфере, а регулятора поддерживать их внедрение. Согласно данным Центрального банка РФ (далее – Банк России, ЦБ РФ), доля дистанционных банковских услуг в России постоянно растет, и на начало 2023 г. составила более 70% от общего объема банковских операций. Например, наблюдается стабильный рост доли безналичных платежей в розничном обороте, по итогам того же года она составила 83,4% от общего оборота. Это свидетельствует о высокой значимости цифровых технологий для развития банковской системы [1, 2, 4].

Цифровая трансформация является общемировым трендом, в соответствии с данными международной консалтинговой компании McKinsey в 2023 г. 90% банков в развитых странах используют AI (технологии искусственного интеллекта) и Big Data (технологии «большие данные»). Та же тенденция наблюдается и в отечественном банковском секторе. Многие крупные банки такие как Сбербанк, ВТБ, Альфа-Банк и др. активно финансируют развитие своей цифровой инфраструктуры и внедряют инновационные решения в различных аспектах своей деятельности. К примеру, Сбербанк использует искусственный интеллект в 75% своих процессов, включая чат-боты и голосовые помощники для обработки запросов клиентов, что позволяет оптимизировать маршруты инкассации и предлагать персонализированные продукты, ВТБ запустил кластер «Цифровой помощник», направленный на развитие ИИ-технологий, включая виртуальных ассистентов для улучшения клиентского взаимодействия [6].

В 2019 г. Банком России совместно с АО «НСПК» разработана система быстрых платежей (далее – СБП), ключевой целью применения которой являлось упрощение процесса перевода денежных средств, а также снижение расходов на переводы. В числе первых представителей финансового сектора, подключившихся к СБП, оказались Газпромбанк, Альфа-Банк, Совкомбанк, ВТБ, Тинькофф Банк, Промсвязьбанк и др., предложившие своим клиентам мгновенные переводы по номеру телефона с комиссией от 0 до 2,3%. На текущий момент к системе подключено более 200 банков, статистическая информация, представленная на официальном сайте ЦБ РФ, показывает постоянную положительную динамику по количеству операций с момента начала использования системы банковским сектором. В 2024 г. количество операций через СБП превысило показатели предыдущего года в 2 раза и составило 13,4 млрд. операций на общую сумму 69,5 трлн. руб. Таким образом, становится очевидно, что система быстрых платежей пользуется большим спросом. Населению понятен и прозрачен механизм технологии, люди доверяют и активно внедряют прогресс в жизнь.

Также хотелось бы отметить еще один фактор ускорения процесса цифровизации банковской сферы, связанный с эпидемиологической обстановкой 2020 г., карантинные ограничения привели к тому, что многие клиенты были вынуждены перейти на дистанционное обслуживание, а банковский сектор в свою очередь активно внедрять и развивать цифровые технологии. В последние годы цифровые технологии для российских банков стали одним из аспектов получения конкурентных преимуществ на финансовом рынке, ведь их применение позволяет банкам повысить эффективность деятельности, улучшить качество обслуживания клиентов и идти в ногу с мировыми тенденциями в этой сфере.

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций нашей страны по указу Президента РФ от 21.07.2020 г., целью которого стала цифровизация государства, разработало национальную программу «Цифровая экономика РФ» с целью повышения доступности цифровых технологий и сервисов гражданам и бизнесу. Реализация данных мероприятий позволяет нашей стране удерживать лидирующие позиции в рейтинге наиболее развитых государств с точки зрения цифровизации, а также обеспечивает возможность коммерческим банкам совершенствовать продуктовые линейки, качество взаимодействия с клиентами и безопасность персональных данных [3].

В ключе цифрового развития характерными особенностями, присущими модели обслуживания современного банковского сектора, являются: совершенствование продуктовых линеек; качество взаимодействия с клиентами и безопасность персональных данных; использование алгоритмов искусственного интеллекта, машинное обучение; разработка и внедрение экосистем, объединяющих финансовые и нефинансовые продукты; становление онлайн-банкинга ключевым каналом коммуникации с клиентом; реализация стратегии омниканальности, т.е. отслеживание лояльности клиентов, оперативная обработка запросов, предложения клиентам на основе их предпочтений в разных каналах продаж и прочее.

Однако, при внедрении цифровых технологий могут возникнуть такие проблемы, как социальные барьеры. По данным исследований аналитического центра НАФИ за 2023 г. в России, несмотря на рост числа онлайн-услуг в целом, 25% населения, в основном представленных людьми пожилого возраста, избегают цифровых сервисов из-за недоверия или низкой грамотности. Также НАФИ провел всероссийский опрос, позволяющий выявить основные характеристики использования мобильного и онлайн-банкинга. Респондентами выступили 1,6 тыс. человек в возрасте от 18 лет и старше. Согласно результатам, в настоящее время мобильным банком пользуются 70% россиян. Опыт использования интернет-банкинга за последний год имеют менее половины опрошенных (43%). Из основных данных можно сделать вывод, что чаще всего мобильным банком пользуются женщины (73% против 66% мужчин), жители крупных городов (73%), россияне от 35 до 44 лет (80%) и опрошенные с высшим образованием (79%); интернет-банк более распространен среди городских жителей (53%) и россиян с высшим образованием (59%). При этом банковскими услугами через личный кабинет на сайте чаще пользуются мужчины (47% против 40% женщин); за последние пять лет доля пользователей мобильным банком увеличилась вдвое, а доля пользователей интернет-банком за аналогичный период выросла в 2,5 раза; более половины россиян (59%) видят риски использования дистанционного банковского обслуживания [5].

В свою очередь большинство кредитных организаций самостоятельно проводят тщательный анализ рынка, используя демографическую, географическую и психографическую сегментацию, чтобы адаптировать свои услуги и предложения к потребностям и предпочтениям целевого рынка. Понимая характеристики своих пользователей, банки могут создать персонализированный и привлекательный банковский продукт, обеспечивающий ценность и удобство.

Введем еще одно понятие цифровая зрелость – это готовность и способность компании использовать современные цифровые технологии для повышения эффективности и, как следствие, прибыли. Она проявляется в четырёх сферах: технологии – совокупность технических решений, которые компания использует в работе (CRM, ERP, ЭДО, инфраструктура и т. п.); навыки – компетенции линейных сотрудников в работе с этими технологиями и экспертность руководителей при внедрении новых технологий, а также уровень ключевых подрядчиков; процессы – комплекс того, как устроены взаимоотношения между отделами и сотрудниками, способствуют ли они обмену информацией, быстрому запуску проектов; данные – валидность и качество информации о клиентах и о процессах, о том, где эти данные хранятся, насколько легко ими оперировать.

Агентством цифрового аудита SDI360 (ООО «Эс Ди Ай») было проведено исследование «Цифровая зрелость розничных банков-2024». Эксперты компаний-партнёров агентства оценивали 35 розничных банков в разрезе трёх блоков внешней цифровизации: представленность в цифровом пространстве, продвижение и коммуникации, онлайн-продажи, а для более детального анализа каждый из указанных блоков включал свои направления и параметры. По результатам проведенной оценки в первую десятку рейтинга цифровой зрелости вошли: Совкомбанк, Т-Банк, Альфа-Банк, ВТБ, Газпромбанк, Промсвязьбанк, Сбербанк, Россельхозбанк, Уральский банк реконструкции и развития, МТС Банк. Лидер рейтинга – Совкомбанк показал высокие результаты и занял первое место по двум блокам из трех. Участники исследования отдельно отметили преимущества приложения банка такие как: неавторизованные пользователи могут легко пройти авторизацию или сразу воспользоваться услугами банка; представлен широкий каталог продуктов и услуг, включая страхование, вклады, копилки и магазин, где можно приобрести необходимые товары; в случае возникновения вопросов или проблем пользователи могут обратиться в чат с поддержкой, что обеспечивает высокий уровень сервиса и поддержки клиентов [7].

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод о том, что большинство банков активно используют преимущества от внедрения различных цифровых технологий, начиная от удовлетворения стандартных банковских потребностей клиентов, заканчивая применением сложных алгоритмов искусственного интеллекта для выстраивания индивидуального

подхода в обслуживании конкретного клиента. Доступность финансовых продуктов за последние десять лет выросла, получение банковских услуг стало проще, дешевле, удобнее и быстрее, кроме того, отмечается снижение нагрузки на персонал физических офисов банков. В современном мире банки становятся не просто организациями, предоставляющими финансовые и кредитные услуги, а самостоятельными IT-организациями, которые разрабатывают банковские технологии высокого уровня.

Список использованных источников:

1. Банк России. О ключевой ставке Банка России [Электронный ресурс]. – URL: https://cbr.ru/press/event/?id=18744 (дата обращения: 12.03.2025).

2. Банк России. Развитие системы платежей и расчетов в 2023 году [Электронный ресурс]. – URL: https://cbr.ru/about_br/publ/results_work/2023/razvitie-sistemy-platezhey-i-raschetov/ (дата обращения: 05.04.2025).

3. Правительство РФ. Стратегия развития финансового рынка РФ до 2030 года [Электронный ресурс]. – URL: https://xn--80aacacvtbthqmh0dxl.xn--p1ai/assets/files/documents/21.07.2020-n-474.pdf (дата обращения: 20.04.2025).

4. Горбунова О.Н., Кузнецова Е.И. Цифровые технологии в банковской сфере [Электронный ресурс] // КиберЛенинка. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-v-bankovskoy-sfere/viewer (дата обращения: 18.03.2025).

5. ICT.Moscow. Использование цифровых банковских сервисов в России в 2023 году [Электронный ресурс]. – URL: https://ict.moscow/research/ispolzovanie-tsifrovykh-bankovskikh-servisov-v-rossii-v-2023-godu/?amp&amp (дата обращения: 08.04.2025).

6. НАФИ. Доля пользователей мобильным банком выросла до 70% [Электронный ресурс]. – URL: https://nafi.ru/analytics/dolya-polzovateley-mobilnym-bankom-vyrosla-do-70/ (дата обращения: 10.04.2025).

7. SDI360. Цифровизация банков 2024 [Электронный ресурс]. – URL: https://sdi360.ru/tpost/t4ma78jzn1-tsifrovizatsiya-bankov-2024?ysclid=ma5e5id7gy923394566 (дата обращения: 25.04.2025).

© Ахлестин М.А., Котова Е.П., Растатуева У.И., Трехлебова Е.Г., 2025

УДК 338

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Багаутдинова А.И., Шмелева Е.А.
Научный руководитель Измалкова И.В.
Липецкий филиал федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Липецк

Процесс цифровизации существенно изменил современную экономику. Человеческое общество выходит на ранее неизвестный уровень взаимодействия. Реальность нашего мира подталкивает людей к внедрению новых правил по ведению деятельности во всех областях. Данное нововведение не обошло и экономику.

Цифровизация представляет собой процесс перехода от физических носителей к цифровым. Основной целью цифровизации экономики является повышение эффективности работы, выполнение задач с сокращение применения человеческих ресурсов, решение вопросов более быстрым способом, а также данный процесс направлен на достижение целей, поставленных организацией [2].

Цифровизация экономики выстраивает новый характер отношений между экономическими субъектами, существенно меняя их. Процессы, происходящие в компании, становятся более рациональными и удобными.

Рассмотрим положительные черты цифровизации экономического сектора. 1. Появление и внедрение новых технологий позволяет компаниям экономить время и денежные средства, что положительно влияет на производительность труда. 2. При помощи цифровых технологий рутинные процессы в организации становятся автоматизированными. Это позволяет сотрудникам сосредоточиться на более значимых вопросах. 3. Новые технологии помогают провести анализ клиентов организации. Это используется для того, чтобы более эффективно удовлетворить потребности каждого потребителя. 4. Благодаря процессу цифровизации экономики деятельность компаний становится прозрачной, так как большая часть операция проводится в режиме онлайн.

Существуют и отрицательные черты цифровизации экономического сектора. Повышение риска возникновения кибератак и утечки информации, в связи с активным использованием Интернета. Сокращение рабочих мест. Это происходит потому, что многие операции внутри организации становятся автоматизированными, тем самым потребность в человеческих ресурсах сокращается. Небольшие организации могут сталкиваться со сложность внедрения цифровых технологий, так как это требует крупных денежных вложений. Внедрение новых технологий может показаться

некоторым сотрудникам трудным процессом. Потребуется значительное время на обучение, что негативно влияет на эффективность деятельности.

Таким образом, цифровизация – объективный результат развития экономической системы. Данный процесс имеет как преимущества, так и недостатки. Необходимо учитывать эти аспекты при внедрении цифровых технологий в работу компании.

Цифровая экономика включает ряд инструментов, которые помогают изготавливать, рекламировать и обменивать товара или предлагать услуги в электронном формате. Инструменты представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Инструменты цифровой экономики

Наименование	Характеристика
E-commerce	Платформы, которые используются для онлайн-продаж. Примером является платформа Amazon.
Платежные системы	Способ оплаты в электронном формате. К ним относят: электронные кошельки, мобильные платежи и криптовалюту.
Big Data	Инструменты, которые используются для сбора, анализа и хранения больших данных.
Искусственный интеллект	Помогает выявить потребительские предпочтения, а также расширить предложения на рынке.
Социальные сети	Применяются для цифрового маркетинга. К ним относят: Telegram, Вконтакте и т.д.
Блокчейн	Данный инструмент обеспечивает безопасность транзакций.
Инструменты для совместной работы	Обеспечивает работу сотрудником в удаленном формате. Ярким примером является платформа Zoom.

Данные инструменты помогают компаниям увеличить объем прибыли, за счет снижения затрат на производстве.

Рассмотрим успешные примеры применения цифровых технологий в экономике.

1. Ozon. Это торговая площадка, которая позволяет пользователям, не выходя из дома выбрать необходимый товар. Использование данной площадки привело к значительному росту продаж в режиме онлайн.

2. Т-Банк. Кредитная организация сделала доступ к финансовым услугам более доступным. Компания внедрила в свою деятельность мобильные платежи и онлайн-банкинг.

3. Платформа для онлайн-обучения Skillbox. Данная площадка содержит множество курсов для освоения любой профессии.

Проанализировав успешные примеры внедрения цифровых технологий, можно сделать вывод, что цифровая экономика улучшает качество жизни всего человечества.

Развитие цифровой экономики не стоит на месте. С каждым годом появляются новые инструменты, 2025 год не является исключением. Основными трендами развития цифровой экономики в 2025 г. будут являться: искусственный интеллект, который будет основан на внедрении реальных кейсов; развитие квантовых технологий; внедрение комплексного подхода к защите данных, которые используются искусственным интеллектом [4].

В целом, цифровая экономика в 2025 году станет более систематизированной. Это позволит создать новые возможности для развития бизнеса. Таким образом, цифровая экономика является мощным двигателем экономического прогресса. Благодаря процессу цифровизации,

человечество стремительно движется вперед. Происходит совершенствование деятельности организаций, расширяются и укрепляются связи между экономическими субъектами. Умение адаптироваться к современным вызовам, способствует развитию устойчивой цифровой экономики.

Список использованных источников:

1. В.Д. Маркова. Цифровая экономика: учебник. – Москва: ИНФА-М, 2025. – 186 с. – (Высшее образование).

2. Е.Н. Богданова, О.И. Бедердинова. Финансовое планирование и бюджетирование на предприятии в условиях цифровизации экономики : учебное пособие. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 110 с. – (Высшее образование)

3. М. Н. Конягина. Цифровая экономика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / ответственный редактор– 2-е изд. – Москва. 2025. – 240 с.

4. Доклад о цифровой экономике, 2024 год I ОБЗОР. [Электронный ресурс]:-Режим доступа Informatsionny_buklet_studencheskaya_konferentsia 2025.zip – (Дата обращения: 31.03.2025)

© Багаутдинова А.И., Шмелева Е.А., 2025

УДК 338.462

ОПИСАНИЕ И ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА КЛИЕНТОВ СФЕРЫ УСЛУГ

Баллод А.К., Политова Р.В.

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

Стремительное развитие цифровых технологий трансформировало привычки потребителей. Любой участник рынка осознает, что путь клиента претерпел изменения и стал более запутанным. Потребители все чаще используют различные онлайн-платформы для поиска нужных товаров и услуг, сопоставления цен и изучения мнений других покупателей.

Существует много классификаций инструментов воздействия на клиентов. Мною рассмотрены следующие инструменты, направленные на привлечение клиентов; удержание клиентов.

Первым шагом к привлечению новых клиентов является глубокий анализ и понимание потребностей и предпочтений целевой аудитории. Это предполагает изучение демографических данных, интересов, моделей потребления и поведенческих особенностей потенциальных клиентов. Опираясь на полученные сведения, компании могут создавать и предлагать услуги, максимально отвечающие нуждам целевой группы [1].

Процесс привлечение клиента можно разделить на следующие этапы: определение идеального клиента; постановка целей; выбор подходящего канала привлечения; разработка стратегии, специфичной для каждого канала; сбор обратной связи; анализ и улучшение стратегии.

Инструменты, направленные на привлечение клиентов, можно разделить на две большие группы: традиционные и цифровые.

Рассмотрим традиционные инструменты привлечения в сфере услуг. Реклама – старый и проверенный способ возобновления заинтересованности клиентов, однако в последнее время ее стало так много, что большинство людей на нее не обращают внимания, поэтому важно сделать ее ненавязчивой. Связи с общественностью: продвижение компании и ее услуг в СМИ (средствах массовой информации), что повышает узнаваемость бренда. Участие в специализированных выставках и конференциях, что дает возможность наладить связи с потенциальными клиентами. Работа с отзывами: активное реагирование на мнения клиентов. Личное взаимодействие: холодные звонки – прямое общение с потенциальными клиентами по телефону. Это требует наличия профессиональных навыков и заранее подготовленных сценариев разговора. Персональные продажи: продажа услуг напрямую клиентам через личные встречи и убеждение. Этот метод считается одним из самых эффективных, но также и наиболее затратным. События и мероприятия: проведение семинаров, мастер-классов и презентаций для привлечения клиентов и демонстрации своей экспертности.

Особенности воздействия на потребителя в сфере услуг связаны с фокусом на доверие и репутацию, акцентом на персонализацию и построением долгосрочных взаимоотношений [2].

Цифровые инструменты быстро развиваются и совершенствуются, ниже представлены основные инструменты. Оптимизация поисковых систем: средства исследования ключевых запросов позволяют выявлять наиболее подходящие высказывания для привлечения бесплатного трафика из поисковых систем. Размещение информации в поисковых системах: платформы информирования контекстной рекламы дают возможность демонстрировать объявления в поисковой выдаче и на сайтах-партнерах. Аналитические инструменты социальных сетей: встроенная статистика и сторонние сервисы для углубленного анализа данных, таких как посещаемость сайта, действия пользователей и другие значимые показатели. Системы управления взаимоотношениями с клиентами: предназначены для управления взаимодействием с потребителями, мониторинга продаж и автоматизации операций. Автоматизация маркетинга: позволяет автоматизировать рутинные процессы, включая отправку email-рассылок, сегментирование аудитории и прочие действия. Применение программ чат-ботов: автоматизируют общение с пользователями через мессенджеры и веб-сайт.

Привлечь клиентов – это только половина успеха, нужно еще суметь удержать. Стратегия удержания клиентов нацелена на выстраивание долгосрочных отношений. Ее основная задача – увеличение прибыли и сокращение затрат на привлечение новых клиентов.

К основным инструментам удержания клиентов относятся следующие. Улучшение клиентского опыта. Впечатление клиента от взаимодействия с представителями компаний – это сложный процесс, состоящий из множества различных составляющих. Начиная от первого впечатления, которое может сложиться до непосредственного взаимодействия, например, когда потребитель только услышал о бренде, заканчивая результатом, предоставленной услуги. Обзор отзывов. Сложно повторно привлечь клиента, не имея представления, что ему не понравилось, к тому же человеку будет приятно от осознания, что его мнение учитывается и может внести изменения в работу компании. Совершенствование качества. Лояльный клиент – это кто готов переплачивать, лишь бы пользовать услугой именно вашей компании, вне зависимости от того насколько низкая цена у конкурентов. Именно поэтому необходимо создавать такие условия, чтобы у него не возникало мысли уйти обслуживаться в другие фирмы. Предоставления пакета услуг. Возможность получения связанных процедур обычно выглядит привлекательнее для клиента, он уже уверен в качестве услуг и это экономит силы и время сотрудников. Намного приятнее прийти в салон красоты, где сделают и новую прическу, и маникюр, и макияж, чем бегать и искать отдельные, специализированные услуги. Программа лояльности. Грамотно продуманная программа лояльности мотивирует клиентов выбирать определенную фирму, совершать повторные покупки и приобретать дополнительные услуги. Существует много программ лояльности: скидочные карты, купоны, возможность тратить бонусы с покупок у компаний-партнеров. Однако наибольшим успехом пользуется многоуровневая система лояльности, на каждом последующем уровне клиент получает дополнительный бонус или большую скидку, за счет ощущения игры и азарта, клиент предпочитает остаться верным данной компании [3].

Отсутствие повторных обращений постоянных клиентов обычно сильно отражается на финансовых показателях компании. Существующие клиенты доверяют сотрудникам компании и с большой вероятностью приобретут следующую услугу по сравнению с новым клиентом.

В заключение, следует отметить, что успешное влияние на клиентов в области услуг представляет собой многогранный процесс, который требует использования различных методов и глубокого понимания психологии потребителей. Универсального решения не существует, и эффективность каждого метода зависит от особенностей бизнеса, целевой аудитории и поставленных целей. Наилучшая программа фирмы включает в себя

разумное сочетание инструментов по созданию положительного опыта взаимодействия, удовлетворение потребностей клиентов и развитие их доверия.

Список использованных источников:

1. Шарипова М.Р., Романович В.К. Обеспечение лояльности клиентов: привлечение клиентов. – URL https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-loyalnosti-klientov-privlechenie-klientov/viewer (31.03.2025)

2. Шадрина С.С. Топ-10 лучших стратегий по удержанию клиентов, которые увеличивают прибыль. – URL https://cyberleninka.ru/article/n/top-10-luch shih-strategiy-uderzhaniya-klientov-kotorye-uvelichivayut-pribyl/viewer (31.03. 2025)

© Баллод А.К., Политова Р.В., 2025

УДК 005.8

ВЫБОР МЕТОДОЛОГИИ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ УДАЛЕННОЙ КОМАНДОЙ

Тхориков Б.А., Баяндинова А.К.

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

В современном мире, где цифровые технологии и глобализация стремительно меняют привычные форматы работы, управление удалённой командой становится ключевым вызовом для многих организаций. Всё больше компаний реализуют проекты с участием специалистов, находящихся в разных уголках страны и мира. Это требует не только новых управленческих решений, но и вдумчивого выбора методологий, которые помогут сохранить эффективность и устойчивость работы на расстоянии [1].

Удалённая работа открывает перед организациями широкие перспективы: появляется доступ к талантам из разных регионов, снижаются расходы на офисы, бизнес становится более гибким и адаптивным. Однако такие преимущества сопровождаются и специфическими трудностями. Сложнее поддерживать общение, контролировать процессы, формировать командный дух и мотивировать сотрудников. Поэтому успех удалённых проектов зависит не только от профессионализма команды, но и от того, насколько грамотно подобрана управленческая модель, способная учитывать все нюансы дистанционного взаимодействия [2].

Методология управления проектами – это совокупность правил, инструментов и принципов, которые позволяют системно организовать работу команды, начиная от постановки целей и заканчивая оценкой результата. Она задаёт основу для планирования, контроля, принятия

решений и коммуникации между участниками. Когда команда работает удалённо, эта основа становится особенно ценной, потому что многие элементы привычного офисного взаимодействия становятся недоступными.

Удалённая работа усиливает риски разобщенности команды, демотивации сотрудников [2]. Управленцу важно не только формализовать задачи, но и выстраивать систему взаимодействия таким образом, чтобы компенсировать отсутствие физического присутствия. Также способствовать увеличению доверия и устойчивости команды. Методология управления должна выполнять социальную функцию: поддерживать кросс-культурные и межличностные связи между удалёнными участниками.

Одной из классических методологий, применяемых в проектном управлении, является PMBOK. Эта методология акцентирует внимание на жизненном цикле проекта. Разделяет на фазы и предполагает жёсткую регламентацию процессов. Преимуществом PMBOK в условиях удалённой работы является чёткая система ролей, процедур и отчётности, которая снижает неопределённость [3]. Однако её слабым местом становится низкая адаптивность к изменениям, что может тормозить работу команды в условиях удаленной работы при возникновении непредвиденных обстоятельств [4]. Кроме того, большое количество документации увеличивает нагрузку на участников и требует высокой организованности.

Противоположный по характеру подход предлагает методология Agile. Её основная идея: не стремиться предсказать и зафиксировать всё заранее, а разбить работу на небольшие этапы и двигаться шаг за шагом, оценивая результат после каждого. Такая работа позволяет быстро вносить изменения, если ситуация изменилась, и быть ближе к запросам клиента. Agile предполагает регулярное обсуждение хода проекта всей командой и распределение задач по мере необходимости [5]. Для удалённых команд это особенно важно, так как позволяет поддерживать постоянную связь и видеть реальный прогресс. Однако стоит учитывать, что Agile требует от команды самостоятельности, умения быстро принимать решения и брать на себя ответственность. Без этих качеств гибкость может привести к хаосу [6].

Одной из самых популярных форм реализации Agile является Scrum. Это структурированный подход, в котором проект разбивается на короткие отрезки времени, обычно 1-2 недели, которые называются «спринтами». В начале каждого спринта команда выбирает, какие задачи она успеет выполнить за это время. Каждый день проводится короткое совещание (часто по видеосвязи), где участники делятся, что они сделали, что собираются делать и с какими трудностями столкнулись. По окончании спринта команда оценивает результат и обсуждает, как можно улучшить процесс в будущем. Scrum помогает сохранять рабочий ритм, даёт понятную структуру, позволяет команде отслеживать свой прогресс и быстро реагировать на проблемы [7]. Он особенно хорош в условиях

удалённой работы, когда важны синхронизация и чёткое понимание статуса задач. Однако, чтобы Scrum работал эффективно, нужно, чтобы команда была собрана, дисциплинирована и регулярно участвовала в общении. Если встречи пропускаются или обратная связь игнорируется, результат снижается [8].

Другой широко применяемой методологией является PRINCE2 – подход, ориентированный на строгое поэтапное управление проектом. Он особенно распространён в Европе, а также в государственных и крупных корпоративных структурах. PRINCE2 делает акцент на детальной документации, регулярных точках принятия решений, оценке бизнес-целесообразности каждого этапа проекта и формальном распределении ролей. В удалённой команде эта методология может быть полезной, если проект требует высокой степени подотчётности и включает множество заинтересованных сторон. Тем не менее, её применение требует значительного времени на оформление всех процедур, что может быть затруднительно в динамичных и креативных проектах, особенно при удалённом взаимодействии [9].

Если PMBOK и PRINCE2 ориентированы на структуру и контроль, то методология Kanban на гибкость и визуализацию. Kanban представляет собой доску, на которой задачи расположены в виде карточек и проходят этапы: «к выполнению», «в работе», «завершено». Участники команды в реальном времени видят, кто чем занимается, какие задачи загружены, где возникают задержки. Такой подход позволяет быстро перераспределять нагрузку, избегать перегрузки отдельных сотрудников и отслеживать прогресс. Kanban идеально подходит для удалённых команд, потому что он создаёт прозрачность и позволяет каждому быть в курсе общей картины. Однако этот метод не задаёт чёткого ритма или правил. Всё зависит от самодисциплины участников. Если команда не обновляет доску или не соблюдает договорённости, система перестаёт работать [10].

Lean – это ещё один подход, который акцентирует внимание на повышении эффективности. Его цель: избавиться от всего, что не приносит ценности клиенту. Лишних процессов, повторений, ненужных согласований. Lean требует от команды умения анализировать свою работу, находить слабые места и постоянно искать способы улучшения. В удалённой команде Lean помогает убрать лишнюю бюрократию, сделать процессы прозрачными и ускорить принятие решений. Однако внедрение этого подхода требует зрелости команды и определённой культуры. Без готовности к саморефлексии и открытой критике Lean не работает [11].

Классическим, но всё ещё используемым, подходом является каскадная модель (Waterfall). В ней проект реализуется поэтапно, строго по порядку. Сначала анализ, потом проектирование, затем реализация и тестирование. Такой подход удобен, когда требования понятны заранее и не меняются, например, в проектах, связанных со строительством или

документооборотом. В условиях удалённой работы каскадная модель может применяться, если структура проекта чёткая и стабильная. Однако при необходимости изменений или при высокой неопределённости такой подход становится негибким и тормозит работу [12].

Проведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что универсальной методологии, одинаково подходящей для любой удалённой команды, не существует. Каждая из представленных моделей обладает своими достоинствами и ограничениями. Жёсткие структурированные подходы, такие как PMBOK и PRINCE2, дают порядок, контроль и управляемость, но могут оказаться чрезмерно сложными. Agile, Scrum и Kanban обеспечивают гибкость и адаптивность, но требуют зрелости, ответственности и способности к самоорганизации. Lean способствует постоянному улучшению и устранению лишнего, но без внутренней готовности к переменам не даёт результата. Waterfall работает только в условиях полной определённости, а таких проектов в современном мире становится всё меньше.

На практике всё чаще используются гибридные подходы. Команды берут из разных методологий то, что подходит именно им. Например, используют визуализацию задач из Kanban, структурность Scrum и отчётность по стандартам PMBOK. Такой подход позволяет адаптировать методологию под конкретный проект и под конкретную команду. Особенно это важно в условиях удалённой работы, где каждый участник должен понимать свою роль, быть на связи с другими и чувствовать свою значимость. Методология в таком случае становится не просто инструментом планирования, а опорой, которая удерживает команду от распада, создаёт атмосферу доверия и помогает достигать результата даже на расстоянии. Именно поэтому выбор методологии для управления удалённой командой – это не формальность, а ключевой управленческий выбор. Он должен учитывать особенности проекта, тип задач, состав команды, степень неопределённости и доступные инструменты. Подход, однажды выбранный, не должен быть раз и навсегда заданным. Методология – это живая система, и, если она мешает работать, её нужно менять. Только в этом случае она будет выполнять свою главную задачу: помогать людям работать вместе, даже находясь далеко друг от друга.

Список использованных источников:

1. Песоций А. Б., Снетов С. С. Особенности работы виртуальных команд и подходы по повышению их эффективности // Актуальные проблемы экономики и управления. – 2023. – № 4. – С. 54–60.

2. Чернявская С. А., Глущенко Т. Е., Стеганцов С. А. Анализ организации управления персоналом в условиях удалённой работы // ЕГИ. – №2 (46).

3. Дегтярь Е. Е. Управление человеческими ресурсами ИТ-проекта по методологии PMBOK // Вестник науки. – 2023. – Т. 1. – № 12 (69). – С. 51–63.

4. Чистякова К. А., Юдин В. В. Analysis of possibility of application of the 7th edition of PMBOK Guide in IT // Вестник РГГУ. – 2022. – С. 21.

5. Чаусов Н. Ю., Короходкина Ю. И. Применение проектной методологии Agile в ИТ-менеджменте на примере АО «Калуга Астрал» // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 6-2.

6. Бабаян М. А. Внедрение Agile-команд в процессе цифровой трансформации коммерческого банка // Состав редакционной коллегии и организационного комитета… – 2024.

7. Симонова Е. Н. Организация и управление удалённой работой над проектами в области анализа данных с использованием методологии Scrum // Modern Science. – 2021. – № 1–2. – С. 504–507.

8. Шевченко О. П., Зинченко А. А. Дистанционный SCRUM – как инструмент повышения производительности работников современной организации // Трансформация социально-экономического пространства России и мира. – 2020. – С. 283–287.

9. Першин Д. С. Методология управления проектами PRINCE2 // Корпоративные информационные системы. – С. 49.

10. Исмагилова Р. Р. Применение методологии Kanban для совершенствования бизнес-процессов // Экономика будущего: тренды, вызовы и возможности. – Казань, 2023. – С. 531–534.

11. Батталов А. М. Этапы становления концепции «Бережливое производство» // Инновационная наука. – 2016. – № 5-1 (17).

12. Думанишева К. М. Сравнительный анализ методологий управления проектами: Waterfall против Agile // Russian Economic Bulletin. – 2020. – Т. 3. – № 3. – С. 53–60

© Тхориков Б.А., Баяндинова А.К., 2025

УДК 659.44

ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КОММУНИКАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ КАРЬЕРЫ ПРИ ВНЕДРЕНИИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ВУЗА

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

Социальные медиа оказывают существенное влияние на современную коммуникацию между создателями уникального информационного продукта с пользователями, включая образование и профессиональное развитие. В условиях цифровизации общества в университетах также активно используют различные медиа-платформы для взаимодействия со студентами и выпускниками. Однако эффективность подобных коммуникаций в сфере карьерного роста нуждается в более детальном изучении, так как она оказывает прямое влияние на возможности трудоустройства и профессионального развития студентов.

Для того, чтобы успешно развивать социальные медиа в университетах требуется тщательно проанализировать поведенческие особенности целевой аудитории для обеспечения эффективного взаимодействия. Исследование компании Hootsuite показало, что 90% пользователей социальных медиа ожидают ответа на интересующие их вопросы от представителей сервисных организаций, учитывая университеты, в течение суток [2]. Это свидетельствует о необходимости оперативного реагирования на обращения и отзывы клиентов, что в свою очередь укрепляет доверие студентов по отношению к университету. Создатели информационного контента в университетах должны учитывать ожидания пользователей и стремиться к своевременному и корректному ответу на их обращения.

Одной из их главных функций социальных медиа для студентов и выпускников является возможность поиска работы. Согласно исследованию LinkedIn, в 2022 году 87% рекрутеров различных организаций использовали социальные медиа для поиска кандидатов, что подчеркивает значимость социальных медиа как инструмента для карьерного роста.

В центрах развития карьеры ведущих университетов сотрудники активно используют социальные медиа для создания профессиональных сетей и продвижения карьерных возможностей среди студентов и выпускников. Например, в Гарвардском университете и Стэнфордском университетах эффективно применяется платформа LinkedIn для

налаживания связей между выпускниками, студентами и потенциальными работодателями. В этих университетах создаются специализированные группы и страницы, где участники могут публиковать вакансии, делиться карьерными советами и находить наставников. Такой подход способствует формированию сильного профессионального сообщества и увеличивает шансы студентов на успешное трудоустройство по окончании обучения [5].

Эффективность использования социальных медиа Центрами развития карьеры подтверждается исследованиями. Согласно данным CareerBuilder, 70% работодателей проверяют профили кандидатов в социальных медиа перед наймом. Это подчеркивает значимость профессионального присутствия студентов и выпускников на таких платформах. В университетах, активно использующих социальные медиа, отмечается рост вовлеченности студентов в карьерные мероприятия и увеличение числа успешных трудоустройств. Таким образом, интеграция социальных медиа в работу позволяет не только повысить общую эффективность деятельности Центров развития карьеры, но и улучшить коммуникацию с целевой аудиторией студентов и выпускников [4].

В сфере социальных медиа для достижения целей сервисной организации используются бизнес-процессы, которые сфокусированы на управлении аккаунтами в социальных сетях, создание информационного продукта и организацию онлайн-мероприятий. Основная цель – создание доверительных отношений с пользователями, а также развитие образовательных программ и возможностей для развития карьеры. Например, публикация информации о достижениях студентов и преподавателей, что положительно может повлиять на репутацию вуза и привлечь новых участников.

Бизнес-процессы – это последовательность действий и решений, необходимых для достижения и реализации поставленных целей организации. Согласно исследованию Hootsuite, 88% компаний отмечают положительное влияние социальных сетей на их бизнес-процессы, что подчеркивает важность социальных медиа в управлении организациями [2]. Такой подход для вузов является более эффективным для достижения своих целей, включая повышение узнаваемости, привлечение абитуриентов и поддержку карьерного развития студентов.

Одним из ярких примеров успешного использования социальных медиа является подход Гарвардского университета. Их страница в Instagram (принадлежит компании Meta, признанной экстремистской и запрещённой на территории РФ) насчитывает более миллиона подписчиков и активно используется для продвижения карьерных возможностей. В социальных медиа университетов публикуются вдохновляющие истории выпускников и информация о карьерных мероприятиях и образовательных инициативах. Такой информационный материал не только привлекает внимание, но и способствует формированию позитивного имиджа учреждения, что играет

важную роль в привлечении талантливых студентов и обеспечении их карьерного роста. Исследователи отмечают, что успешность продвижения вуза имеет несколько аспектов, основные среди которых коммуникационный (развитие имиджа и репутации вуза, повышение известности и лояльности) и маркетинговый (увеличение объема продаж образовательных услуг, расширение доли рынка) [3].

Неудачные примеры ведения социальных медиа также имеют место. Например, один из университетов в США столкнулся с критикой из-за недостаточной прозрачности в своих социальных медиа. Это привело к снижению доверия со стороны студентов и выпускников. Причиной стало отсутствие четкой стратегии коммуникации и недостаточное внимание к анализу отзывов от студентов. Рассмотрение подобных ситуаций акцентирует внимание на необходимости регулярного мониторинга реакции пользователей социальных сетей, чтобы предотвратить повторения подобных ошибок и сохранить положительный имидж учебного заведения.

Оценка результативности коммуникационных процессов в социальных медиа вузов осуществляется на основе ряда основных критерий. Во-первых, анализируется уровень заинтересованности целевой аудитории к публикуемым материалам. Во-вторых, значимым показателем является масштаб охвата целевой аудитории среди студентов и сотрудников учебного заведения, который определяется количеством подписчиков и их активностью в социальных сетях. В-третьих, необходимо принимать во внимание уровень качества, своевременности и полноты ответов на вопросы студентов.

Подходы, которые используются представителями вузов при ведении социальных медиа, сейчас направлены на распространение общей информации об образовательных программах, мероприятиях и достижениях представителей университета. Однако данные способы в современных реалиях не всегда оказываются достаточно эффективными из-за отсутствия в содержании публикаций информации о специфических потребностях студентов в области их карьерного развития. В то время, когда молодые люди проводят значительную часть времени в социальных сетях, многими университетами упускается возможность использовать этот канал для предоставления важной информации о стажировках, вакансиях, а также о доступе к различным профессиональным ресурсам. Это приводит к снижению вовлеченности студентов в жизнь университета в цифровом пространстве, а следовательно, и к снижению доверия к информации, представляемой вузом через социальные сети [5].

Для решения вышеуказанной проблемы необходим новый подход к управлению социальными медиа в университетах, который подразумевает внедрение бизнес-процессов в управление социальными медиа. Это означает переход от простого информирования к предоставлению персонализированных рекомендаций, например, разработка

специализированных цифровых платформ, полностью посвященных профессиональному карьерному развитию, что может существенно повысить эффективность использования социальных медиа. Такие платформы могли бы включать в себя предложения о вакансиях, стажировках, советы по составлению резюме и прохождению собеседований молодым соискателям работы. Кроме этого, такой инновационный подход может помочь в укреплении репутации университета как учреждения, что формирует положительный имидж университета в глазах абитуриентов и их родителей.

Чтобы повысить лояльность студентов к университету с помощью социальных медиа можно реализовать ряд инновационных подходов. Во-первых, следует внедрить систему индивидуализированного информационного материала, адаптированного к интересам обучающихся. Во-вторых, целесообразно применять методы искусственного интеллекта для изучения данных об активности подписчиков. Например, внедрение автоматизированной системы, способствующей обеспечению быстрой коммуникации с аудиторией и предоставлению ответов на распространенные вопросы. В-третьих, разработка таких интерактивных платформ, как онлайн-выставки и карьерные форумы, которые позволят студентам активно принимать участие в образовательных проектах, не выходя из дома [1].

Университеты должны занимать центральное место в развитии активного присутствия в социальных медиа для эффективного взаимодействия со студентами. Разработка контента, ориентированного на интересы и потребности обучающихся, позволяет вузам не только информировать, но и привлекать тем самым свою аудиторию. Такая позиция способствует созданию благоприятного имиджа университета и укреплению его связи с обучающимися. Важно отметить, что «профилирующие мероприятия проводятся только для тех абитуриентов, кто интересен вузу, либо для тех, кто сам активно демонстрирует вузу свою заинтересованность». Регулярный мониторинг является неотъемлемой частью успешного использования социальных медиа для достижения образовательных и карьерных целей студентов [3].

Таким образом, активное взаимодействие в социальных медиа становится важным инструментом для привлечения и удержания интереса обучающихся, что в конечном итоге способствует формированию более крепких связей между учебным заведением с потенциальными и действующими студентами.

Список использованных источников:

1. Анисимова И.А. Стратегия развития деятельности по профессиональной ориентации, трудоустройству и профессионально-карьерной реализации студентов и выпускников университета Лобачевского. Сборник научных статей. Актуальные проблемы экономики

и управления. Выпуск 3. – Н. Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2016. – С. 40-43 – URL: https://sovman.ru/wp-content/uploads/2023/06/S3.pdf (дата обращения: 21.04.2025).

2. Васильев Н.А. Новый социальный мир: описание основных социальных сетей. // Гуманитарий Юга России. – 2021. – №5 – С. 31-53 – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/novyy-sotsialnyy-mir-opisanie-osnovnyh-sotsial nyh-setey (дата обращения: 21.04.2025).

3. Крашенинников В.В., Подгурецкий Ю. Роль социальной коммуникации в подготовке педагогов профессионального образования. // Теория и методика профессионального образования: Вестник НВГУ – 2018. – №2 – С. 53-57. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sotsialnoy-kommunikatsii-v-podgotovke-pedagogov-professionalnogo-obrazovaniya/viewer (дата обращения: 20.04.2025).

4. Еленева Ю.Я., Еленев К. С. Сетевое взаимодействие как фактор инновационного развития вузов / Вестник МГТУ «СТАНКИН». – 2023. – № 1. – с. 45–53 – URL: https://publications.hse.ru/pubs/share/folder/ch27ztvnap/13822 8763.pdf (дата обращения: 20.04.2025).

5. Гарафутдинова Н.Я. Направления и возможности развития центров карьеры отраслевых вузов в составе общественной ассоциации центров карьеры / Стратегическая роль центров карьеры в создании профессиональных сообществ / ред. Ю.В. Разумова. – Владивосток: Издательство ВВГУ, 2024 – С. 12-17 – URL: https://ciu.nstu.ru/library_admin/files/publications/1721899978_ 379960.pdf (дата обращения: 20.04.2025).

© Белугина В.В., 2025

УДК 001.895

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИЙ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

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

Инновации играют ключевую роль в развитии и формировании современной теории моды. Они способствуют расширению границ традиционных представлений о моде, вводя новые концепции и подходы.

Технологические достижения значительно изменяют подходы к созданию, производству и распространению модной продукции. Например, цифровизация позволяет дизайнерам анализировать огромные объемы данных о предпочтениях потребителей, что формирует более точное

понимание модных трендов. Кроме того, инновации стимулируют переосмысление устойчивости в моде, что становится важным элементом теоретического подхода к изучению этой индустрии [1]. Так бренд Burberry внедрил дополненную реальность в свои магазины, что позволило покупателям визуализировать коллекции в реальном времени и сделало процесс выбора одежды более интерактивным. Такие технологии не только повышают удобство для потребителей, но и способствуют развитию новых форм представления моды.

В этом контексте с развитием технологий возникла концепция Fashion Tech, представляющая собой сочетание индустрии моды и инновационных технологий. Это открывает новые возможности для дизайнеров и брендов, позволяя им экспериментировать с формами и методами взаимодействия с клиентами.

Интеграция передовых технологий в модную индустрию способствует развитию экологических подходов, направленных на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду. Исследование Global Fashion Agenda показывает, что внедрение инновационных технологий может сократить выбросы углекислого газа в индустрии на 35%. Это подчеркивает важность технологических решений для достижения устойчивого развития, что становится ключевым направлением в теории и практике современной моды. Примером таких усилий является учреждение в Германии в 2007 году премии за лучший дизайн из переработанных материалов Recycling Design Award. Этот шаг свидетельствует о растущем внимании к экологии и устойчивости в модной индустрии, а также о признании значимости использования переработанных материалов в дизайне.

Современные подходы к выбору устойчивых материалов в модной индустрии основываются на использовании экологически чистых и возобновляемых ресурсов. К ним относятся органический хлопок, переработанный полиэстер, лиоцелл и другие материалы, которые минимизируют негативное воздействие на окружающую среду. В 2020 году объем производства органического хлопка увеличился на 31% по сравнению с предыдущим годом, что указывает на растущий интерес к экологически устойчивым решениям, согласно данным Textile Exchange.

Технологии переработки и вторичного использования играют ключевую роль в сокращении отходов и сохранении природных ресурсов. Компании разрабатывают инновационные методы переработки текстильных отходов в новые материалы. Например, компания Adidas создала кроссовки, полностью изготовленные из переработанного океанического пластика, что позволило переработать более 30 миллионов пластиковых бутылок. Это наглядно демонстрирует, как переработка может быть интегрирована в производство модной продукции. Таким образом, подход к переработке становится неотъемлемой частью всей цепочки

создания стоимости в текстильной индустрии, обеспечивая более эффективное использование ресурсов и снижение негативного воздействия на окружающую среду [2].

Экологическое воздействие устойчивых материалов значительно ниже по сравнению с традиционными. Например, производство льна требует в пять раз меньше воды, чем производство хлопка, что делает его более предпочтительным с точки зрения экологии. Использование таких материалов способствует сокращению углеродного следа и уменьшению нагрузки на экосистемы, что становится важным фактором как для потребителей, так и для брендов. Компания Red Fox, занимающаяся производством одежды и экипировки для активного отдыха и спорта, также учитывает экологические аспекты в своей продукции. Совместно со студентами она разработала куртку, способную сохранять тепло до восьми часов даже при экстремально низкой температуре – до -70°C. Таким образом, бренды, ориентированные на устойчивое развитие, иллюстрируют, как инновационные решения могут гармонично сочетаться с заботой об окружающей среде.

Экономическая эффективность использования устойчивых материалов в модной индустрии проявляется через долгосрочные выгоды. Хотя начальные затраты на внедрение таких материалов могут быть выше, в перспективе они способствуют снижению расходов за счёт меньшего потребления ресурсов и переработки отходов. Бренды, инвестирующие в устойчивые материалы, также получают конкурентное преимущество, привлекая внимание экологически осознанных потребителей.

Примеры успешного применения устойчивых материалов в моде включают инициативы таких компаний, как Stella McCartney и Adidas. Бренд одежды Stella McCartney активно использует альтернативные материалы, такие как веганская кожа, что позволяет снизить углеродный след производства. Компания Adidas, в свою очередь, демонстрирует успех в переработке пластиковых отходов для создания новых продуктов. Эти примеры показывают, как возможно сочетать экологическую ответственность с инновациями и коммерческим успехом.

Не менее важное значение имеет искусственный интеллект в процессе создания дизайнов в модной индустрии. Применяя алгоритмы машинного обучения, дизайнеры способны анализировать обширные объемы данных, включая исторические тренды, предпочтения потребителей и культурные особенности, что позволяет разрабатывать уникальные и востребованные коллекции. Например, система искусственного интеллекта от IBM Watson была использована для создания коллекции одежды, основываясь на анализе текстов и изображений, что открыло новые горизонты для соединения искусства и технологий. Искусственный интеллект значительно улучшает процесс прогнозирования модных трендов, что является ключевым аспектом успешной деятельности в индустрии моды. Алгоритмы,

анализируя данные социальных сетей, поисковых запросов и продаж, способны предсказать, какие стили и цвета будут популярны в ближайшем будущем. Например, компания Tommy Hilfiger применила искусственный интеллект для анализа модных трендов, что позволило сократить время разработки коллекций на 30%.

Несмотря на очевидные преимущества, использование искусственного интеллекта в модной индустрии вызывает ряд этических вопросов. Одним из них является проблема авторства и оригинальности дизайнов. Кроме этого, важно учитывать конфиденциальность данных клиентов, используемых для персонализации продукции.

Также важно отметить, что с появлением 3D-печати были открыты новые возможности у создателей одежды, позволяя реализовывать уникальные и сложные формы, которые ранее были невозможны или чрезвычайно трудоемки в производстве. Бренд Iris van Herpen является ярким примером активного использования этой технологии для создания инновационных коллекций, где искусство переплетается с передовыми технологиями. Благодаря 3D-печати дизайнеры могут экспериментировать с материалами и структурами, что способствует развитию креативности и расширению границ традиционного дизайна. Многие компании успешно внедряют 3D-печать в свои производственные процессы, демонстрируя её эффективность и потенциал [1]. Например, компания Adidas использует эту технологию для создания подошв обуви, что позволяет адаптировать дизайн под индивидуальные запросы клиентов и ускорить процесс производства. Такие примеры показывают, как 3D-печать может быть интегрирована в массовое производство, открывая новые возможности для персонализации и повышения качества продукции.

Производство малых партий становится всё более популярным в модной индустрии благодаря своей гибкости и способности быстро адаптироваться к изменениям потребительского спроса. В отличие от массового производства, малые партии позволяют брендам минимизировать издержки, связанные с избыточными запасами товаров, и оперативно реагировать на текущие тренды. Это особенно актуально в условиях, когда жизненный цикл модных коллекций становится всё короче, а потребители ожидают новинок с большей частотой. Такой подход также способствует более рациональному использованию ресурсов, что отвечает требованиям устойчивого развития.

Технологии играют ключевую роль в развитии кастомизации, предоставляя клиентам возможность персонализировать продукцию в соответствии с их индивидуальными предпочтениями [3]. Современные цифровые платформы, такие как Nike By You, позволяют пользователям выбирать дизайн, цвет и материалы для создания уникальных изделий. Это не только повышает удовлетворённость клиентов, но и укрепляет их лояльность к бренду. При этом дополненная и виртуальная реальность

становятся незаменимыми помощниками в модной индустрии, позволяя компаниям оптимизировать производственные процессы и повышать прибыльность.

Устойчивое развитие стало ключевой концепцией в современной модной индустрии, отражая стремление к гармонизации экономического роста, экологической ответственности и социального прогресса. В контексте данной концепции важно отметить, что «циркулярная мода замыкает этапы производства изделий, их использование и переработку. В этом случае все изделия в конце этапа использования будут перерабатываться и идти повторно на производство новых товаров». Бренды, ориентированные на устойчивое развитие, адаптируются к изменяющимся ожиданиям потребителей и способствуют формированию более ответственного подхода к производству и потреблению. Эта концепция включает использование экологически чистых материалов, внедрение этических стандартов в цепочке поставок и активное участие в экологических и социальных инициативах. В современных условиях социальная инфраструктура представляет собой важный показатель экономической и социальной развитости общества, отражая широту и глубину использования материальных возможностей для рациональной жизнедеятельности людей [4]. Таким образом, устойчивое развитие в модной индустрии не только отвечает на вызовы времени, но и создает условия для более гармоничного сосуществования экономики и общества.

Использование инновационных материалов играет ключевую роль в устойчивом развитии модной индустрии. Например, компания Adidas разработала кроссовки Futurecraft Loop, которые полностью подлежат переработке, что минимизирует отходы и способствует цикличной экономике и экологической устойчивости. Примеры моделей «экологических» кроссовок и обуви осознанного дизайна, созданные из новых материалов или с помощью инновационных технологий» [3].

Этические принципы в цепочке поставок играют важную роль в обеспечении устойчивого развития брендов. Например, компания Patagonia демонстрирует прозрачность своей цепочки поставок, обеспечивая справедливые условия труда и минимизируя экологическое воздействие. Такие подходы не только укрепляют доверие потребителей, но и способствуют созданию более справедливой и экологически ответственной модной индустрии.

Потребительский спрос оказывает значительное влияние на устойчивое развитие модной индустрии. Исследования показывают, что сознательные потребители всё чаще выбирают бренды, демонстрирующие экологическую и социальную ответственность [4]. Концепция устойчивого развития стала особенно актуальной в условиях современного капитализма, что акцентирует важность ответственного потребления в индустрии моды. В этом контексте инициатива бренда H&M Conscious Collection,

использующая органические и переработанные материалы, отвечает на запросы таких потребителей и способствует популяризации устойчивого подхода в моде.

Многие бренды демонстрируют успешные примеры интеграции устойчивого развития в свои бизнес-модели. Бренд Gucci с программой Gucci Equilibrium активно снижает углеродный след и поддерживает экологические инициативы. Компания Adidas перерабатывает океанический пластик для создания своих продуктов, тем самым внося вклад в очистку окружающей среды. Эти примеры показывают, как устойчивое развитие может быть не только этическим выбором, но и стратегией для укрепления конкурентоспособности компании и производимой ею продукции.

Список использованных источников:

1. Коробцева Н.А., Голубчикова А.В. Инклюзивный дизайн: вехи становления и развития в России // Фундаментальные и прикладные научные исследования в области инклюзивного дизайна и технологий: опыт, практика и перспективы / Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции (24 – 26 марта 2021 г.). Часть 1. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина. – 2021. – С. 38-42.

2. Петрук Т. В. Индустрия 4.0 и ее роль в развитии промышленных технологий. Мода // Искусство и культура. – 2019. – № 2(34). – С. 76–82.

3. Сырых А.В., Тимофеева М.Р. Инновационный контекст визуальных технологий в процессах проектирования и продвижения коллекций одежды // Костюмология. – 2020. – № 3. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kostumologiya.ru/PDF/07IVKL320.pdf. Дата обращения: 10.05.2025г.

4. Солодовников С. Ю. Экономический рост и истинные инвестиции: сущность и взаимообусловленность // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Теория и практика управления. – 2017. – № 18(23). – С. 56-63. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rep.bntu.by/handle/data/120330?show=full&ysclid=mak24qn58c114183323 Дата обращения: 10.05.2025г.

© Белугина В.В., 2025

УДК 338

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ: СИСТЕМНАЯ МОДЕЛЬ

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

Современные бизнес-реалии требуют от организаций не только эффективного управления внутренними процессами, но и способности быстро реагировать на изменения внешней среды. В этом контексте системный подход, детально описанный В. В. Ильиным в его работе «Управление бизнесом: системная модель», становится ключевым инструментом для достижения устойчивого роста и конкурентоспособности [6].

Системная модель управления рассматривает компанию как целостную систему, где все элементы взаимосвязаны и влияют на конечный результат. В основе концепции системного подхода находится концепция, утверждающая, что устойчивый успех организации базируется на комплексном учете всех бизнес-функций (операционное управление, финансы, логистика, разработка и внедрение стратегии). Автор работы особенно подчеркивает важность сочетания как внутренних процессов организации с факторами макро и микро внешнего окружения. Такой подход позволяет руководителям не только оптимизировать внутренние процессы, но и прогнозировать изменения на рынке, что особенно актуально в условиях цифровой трансформации и глобальной конкуренции.

Системный подход, согласно Ильину, базируется на нескольких ключевых принципах [4]. Комплексность. Организация рассматривается как совокупность взаимосвязанных элементов, где изменение одного компонента влияет на всю систему. Например, внедрение новых технологий в производство требует корректировки процессов в маркетинге и управлении персоналом. Учет внешних факторов. Экономические, социальные, технологические и политические изменения анализируются в контексте их влияния на бизнес. Так, «Яндекс» успешно адаптируется к изменениям в законодательстве и потребительских предпочтениях благодаря постоянному мониторингу внешней среды. Например, экономические изменения могут повлиять на спрос на продукцию или услуги компании, что требует пересмотра производственных планов или маркетинговых стратегий. Социальные изменения могут привести к изменению потребительских предпочтений, что также требует быстрой реакции со стороны бизнеса. Технологические инновации могут создать

новые возможности для роста или же угрожать существующим бизнес-моделям.

Ильин подчеркивает важность мониторинга внешней среды как неотъемлемой части управления бизнесом. Это включает в себя регулярный анализ рыночных тенденций, конкурентной среды и законодательных изменений. Такой подход позволяет организациям быть более гибкими и готовыми к изменениям, что в свою очередь способствует их устойчивому развитию.

Использование аналитических инструментов. Принятие решений основывается на данных, а не на интуиции. Это позволяет минимизировать риски и повысить эффективность управления. Системный подход особенно важен в условиях неопределенности, когда традиционные методы управления оказываются недостаточно гибкими.

Рассмотрим ключевые элементы системной модели Ильина. Автор выделяет четыре основных элемента системы управления [4]. Цели. Четко сформулированные и измеримые цели задают направление для всей организации. Например, «Сбербанк» ставит стратегические цели, связанные с цифровой трансформацией, что позволяет ему оставаться лидером на рынке финансовых услуг. В контексте системной модели Ильина цели рассматриваются как неотъемлемая часть управления, поскольку они задают рамки для всех последующих действий. Четко сформулированные и измеримые цели помогают не только сосредоточить усилия команды на достижении конкретных результатов, но и служат основой для оценки успеха. Важно отметить, что цели должны быть гибкими и адаптируемыми к изменениям внешней среды, что позволяет организации оставаться конкурентоспособной. Ресурсы. Эффективное управление материальными и нематериальными ресурсами (финансы, технологии, персонал) обеспечивает устойчивость бизнеса. Оптимизация ресурсов в «Газпром нефти» позволила компании сократить издержки и повысить конкурентоспособность. Ильин акцентирует внимание на том, что инновационные подходы к управлению ресурсами могут значительно повысить общую эффективность работы компании. Процессы. Оптимизация внутренних процессов, таких как производство, логистика и обслуживание клиентов, способствует повышению производительности. Автоматизация рутинных задач в «Яндексе» освободила время сотрудников для решения стратегических вопросов. Ильин подчеркивает важность реинжиниринга бизнес-процессов для повышения эффективности организации. Автор акцентирует внимание на роли проектного офиса при реализации стратегии реинжиниринга, рассматривает преимущества и недостатки различных бизнес-моделей описания процессов организации. Современные технологии играют ключевую роль в этом процессе: автоматизация рутинных задач позволяет освободить время для более стратегического планирования и творческой работы. Важно также

учитывать взаимодействие между различными процессами внутри организации, что способствует созданию синергии и повышению общей производительности. Результаты. Анализ количественных (объем продаж, прибыль) и качественных индикаторов (удовлетворенность клиентов) складывается в систему показателей эффективности деятельности, которая помогает оценить эффективность управления и скорректировать стратегию. Регулярный анализ результатов помогает руководству принимать обоснованные решения о дальнейшем развитии бизнеса.

Вышеописанные элементы образуют замкнутый цикл, где каждый компонент влияет на другие, создавая основу для непрерывного улучшения. Автор акцентирует внимание на том, что бизнес можно рассматривать как сложную систему, состоящую из различных подсистем, каждая из которых выполняет свою уникальную функцию и вносит вклад в достижение общей цели организации. Эти подсистемы включают в себя финансовую, производственную, маркетинговую, кадровую и другие области, которые взаимодействуют друг с другом и образуют единую целостность.

Автор подчеркивает важность применения инноваций при реализации комплексного подхода. Инновации, по мнению автора, являются неотъемлемой частью системной модели управления. Среди ключевых направлений инноваций в системе управления можно выделить [5]. Цифровизация. Использование больших данных, искусственного интеллекта и облачных технологий позволяет компаниям оптимизировать процессы и улучшать качество услуг. Например, «Сбербанк» активно внедряет AI для анализа поведения клиентов. Гибкие методы работы. Удаленные команды и agile-подходы повышают адаптивность бизнеса. Организационная культура. Создание среды, где сотрудники могут предлагать и тестировать новые идеи, способствует инновациям. Пример «Яндекса» показывает, что культура экспериментов и готовность к изменениям являются залогом успеха в цифровую эпоху.

Системная модель управления В.В. Ильина предлагает комплексный подход к организации бизнеса, который особенно актуален в условиях нестабильности и высокой конкуренции. Интеграция целей, ресурсов, процессов и инноваций позволяет компаниям не только адаптироваться к изменениям, но и формировать долгосрочные стратегии развития.

Практический опыт российских компаний подтверждает эффективность системного подхода. Для дальнейшего исследования можно рассмотреть применение этой модели в малом и среднем бизнесе, а также в международном контексте.

Список использованных источников:

1. Ильин В.В. Управление бизнесом: системная модель. – М.: Интермедиатор, 2021. – 360 с.

2. Ильин В.В. Руководство качеством проектов. Практический опыт. – М.: Интермедиатор, 2015. – 178 с.

3. Ильин В.В. Цифровая экономика: примеры руководящей и исполнительной документации. М.: Интермедиатор, 2024. – 220 с.
© Белякова Ю. А., Ефимов М. А., Гетман П. М., 2025

УДК 331.545

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ НА ПОТРЕБНОСТИ РЫНКА ТРУДА

Бердникова П.М.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Москва
Научный руководитель Сладкова Е.А.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Братский государственный университет», Братск

Цифровая трансформация в России набирает обороты, проникает в разные отрасли экономики и общества, оказывая колоссальное влияние на все социально-экономические процессы. За прошедшие пять лет с момента пандемии в стране произошли существенные перестройки. Завершённый в 2024 г. национальный проект «Цифровая экономика» решил многие задачи, среди которых увеличение площади покрытия территорий интернетом, развитие отечественных технологий и оборудования, расширение центров хранения и обработки данных [1]. Кроме этого, был успешно реализован цифровой профиль гражданина, часть услуг переведен в режим онлайн, улучшилось качество предоставляемых услуг населению. Несомненно, цифровая трансформация оказала серьезное влияние и рынок труда, на котором со стороны бизнеса и органов власти к соискателям стали предъявлять расширенные требования (hard- и softskills), обусловленные активным внедрением инновационных технологий и цифровых решений, направленных на повышение эффективности производственных процессов, оптимизацию управления ресурсами и др.

Прогноз экономистов Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ говорит о том, что к 2035 году вклад искусственного интеллекта в экономику России может достичь 46,5 трлн. рублей. Это значит, что спрос на компетенции, связанные с ИИ, будет расти во всех отраслях – от промышленности и строительства до медицины и логистики [2]. Стоит обратить внимание на кадровую динамику: по оценкам, число ИИ-специалистов вырастет почти в 10 раз – с 48 до 463 тысяч человек. При этом их основное трудоустройство будет вне IT, в прикладных секторах экономики: в обрабатывающей промышленности может сформироваться спрос на специалистов по промышленной аналитике, инженеров по предиктивному обслуживанию оборудования

(predictive maintenance), технологов, использующих ИИ для оптимизации производственных процессов; в строительстве потребуются архитекторы и проектировщики, работающие с ИИ-моделями BIM, специалисты по управлению строительными проектами с ИИ-прогнозированием и мониторингу объектов с применением компьютерного зрения; в области деятельности «Транспортировка и хранение» будут запросы на логистов, оптимизирующих маршруты с помощью ИИ, специалистов по автоматизации складов и предсказанию спроса; в финансах и страховании могут быть востребованы аналитики по борьбе с мошенничеством, специалисты по кредитному скорингу и персонализации предложений; в здравоохранении – медицинские специалисты, умеющие интерпретировать данные ИИ-диагностики, администраторы с навыками аналитики и прогнозирования [3].

Очевидно, что текущие выпускники профессиональных и высших учебных заведений не смогут удовлетворить накапливающийся спрос на подобных специалистов, поэтому основным механизмом по приобретению трудовыми ресурсами новых компетенций является их профессиональная переподготовка или повышение квалификации. До 2025 г. в рамках национального проекта «Демография» в России был реализован федеральный проект «Содействие занятости», который позволял бесплатно определенным категориям граждан освоить современные и востребованные на рынке труда профессии [4]. Центром занятости были проведено анкетирование, которое позволило проанализировать влияние данного проекта на уверенность в себе, профессиональные планы и материальное положение. На рис. 1 отражены обобщены результаты по выпускникам проекта «Содействие занятости», завершившим обучение в 2022-2023 гг., на основании которого можно заключить, что только пятая часть обучившихся после прохождения курсов пошла на повышение или сменила сферу деятельности. Практически у половины никаких сдвигов в части карьерного развития не произошло, причины которых могут быть связаны с низкой стоимостью труда в профессии, неактуальными компетенциями, не востребованностью профессии и т.д.



Рисунок 1 – Изменение карьерной траектории

С 2025 г. запущен новый национальный проект «Кадры», в соответствии с которым обучение будет осуществляться по 360

востребованным профессиям, перечень из которых был сформирован на основании предложений отраслевых ведомств и регионов и соотнесен с пятилетним прогнозом потребности экономики в кадрах. В нем представлены профессии операторов более 20 видов различного оборудования, специализации для агрономов, авиационных механиков и техников. аналитика данных, веб-разработчика, веб-дизайнера и многие другие. По данным Минтруда с начала 2025 г. поступило более 15 тыс. заявок на переобучение. Это свидетельствует о том, что трудовые ресурсы не просто осознают острую необходимость в получении новых компетенций, но и готовы их осваивать [5].

Таким образом, влияние искусственного интеллекта на цифровую трансформацию социально-экономических процессов и бизнес-процессов сегодня является мощным и динамичным, поэтому всего лишь за один год могут происходить серьезные сдвиги. Уход рутинных и однообразных задач к искусственному интеллекту будет только нарастать, следовательно, потребуются профессии, предполагающие физический контакт, эмпатию и эмпирические знания, и, как следствие, соискатели с компетенциями, которые пока еще невозможно заменить.

Если же говорить о прогнозах для рынка труда, то он должен быть гибким и ежегодно пересматриваться и обязательно находить отражение в программах повышения квалификации или переобучения в рамках национального проекта «Кадры».

Список использованных источников:

1. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации, адрес доступа: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/

2. Дранев Ю. Я., Кучин И. И., Миряков М. И. Экономический эффект от внедрения технологий искусственного интеллекта в России. М. – ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, адрес доступа: https://issek.hse.ru/news/1022068478.html.

3. Бердникова П. М. Национальный проект «Кадры»: приоритеты и ответы на современные вызовы / П. М. Бердникова // V Международная научно-практическая конференция молодых ученых и специалистов по устойчивому развитию, инвестициям и финансовым рискам "Финатлон форум" : Материалы конференции, Москва, 03 декабря 2024 года. – Москва: Московский Политех, 2025. – С. 1208-1214.

4. Федеральный проект «Содействие занятости», адрес доступа: https://mintrud.gov.ru/ministry/programms/demography/2?ysclid=maciu498ny433940892.

5. На программу бесплатного переобучения по нацпроекту «Кадры» уже поступило почти 15 тыс. заявок, адрес доступа: https://mintrud.gov.ru/employment/276?ysclid=macma4v69h812008149

© Бердникова П.М., 2025

УДК 687.017.5

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ ПО ПРОИЗВОДСТВУ БОЛЬНИЧНОЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ПАЦИЕНТОВ С КОНСТРУКЦИЯМИ ВНЕШНЕЙ ФИКСАЦИИ: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД

Бескостова П.Р., Арапко А.М.
Научные руководители Гусева М.А., Гетманцева В.В., Нефедова Л.В.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва

В данной статье представлен анализ и рекомендации по организации производства адаптивной больничной одежды для пациентов с аппаратами внешней фиксации (АВФ). Затрагиваются вопросы проектирования одежды, управления производственными процессами и контроля качества с позиций междисциплинарного подхода, объединяющего достижения медицины, материаловедения, конструирования изделий легкой промышленности и менеджмента. Особое внимание уделено инновационным конструктивным решениям, подтвержденным патентами РФ [1-4]. Приводятся конкретные рекомендации по оптимизации производственных циклов.

Производство специализированной одежды для пациентов с конструкциями внешней фиксации представляет собой сложную задачу, требующую учета множества факторов [5]. Такие изделия должны сочетать медицинскую функциональность, удобство для пациента и технологичность в производственных процессах. В последние годы отмечается рост спроса на подобную продукцию, что объясняется увеличением количества ортопедических операций, травм опорно-двигательного аппарата и повышением требований к процессу реабилитации [6].

Медицинские требования, которые первостепенно необходимо учитывать при разработке адаптивной одежды для больных, столкнувшимися с процедурой остеосинтеза представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Основные медицинские требования [7]

Параметр	Требование
Быстрый доступ к АВФ для проведения медицинских манипуляций	Съемные элементы, трансформирующиеся участки
Гигиеничность	Антимикробная обработка, обеспечение норм воздухопроницаемости и гигроскопичности, гипоаллергенные волокна
Комфорт	Элементы регулирования, удобные места расположения застежек, потайные швы, не вызывающие раздражения и излишнего трения
Натуральные материалы	Хлопок, лен, шерсть и т.д.

Помимо медицинских требований в одежде должны быть учтены следующие особенности. Функциональные расширительные вставки должны обладать повышенной прочностью и быть изготовлены из

гидрофобных, но дышащих материалов. Крепежные элементы должны быть легкими и не вызывать аллергических реакций организма.

Для характеристик основного материала можно выделить: повышенную износостойкость, мягкость, высокий показатель несминаемости и соответствие медицинским требованиям.

Больничная одежда для пациентов с АВФ должна учитывать возможные изменения объема конечности с фиксатором в процессе реабилитации, это возможно при наличии в одежде трансформирующихся участков и специализированных расширительных элементов – складчатых вставок [8]. Конструкция должна обеспечить защиту от повреждений в местах контакта одежды с АВФ, это можно учесть с помощью анатомического кроя конструктивных элементов одежды, использования усиленных прокладочных материалов, мягких вставок и скрытых швов [9]. Не мало важно учесть и эргономические особенности: обеспечить удобство надевания, минимизировать общий вес изделия, исключить давление на зоны с АВФ [10].

Организация производства предполагает создание такой системы, в которой логично взаимоувязаны основные компоненты: персонал, экономические отношения и технические средства. Для эффективного управления предприятием рекомендуется использовать структуру управления, сочетающую функциональный и проектный подходы, представленную в табл. 2.

Таблица 2 – Организационная структура производства [11]

Подразделение	Функции	Результативность
Конструкторский отдел	Разработка лекал, 3D-моделирование, адаптация под медицинские требования	Обеспечение соответствию ГОСТам и медицинским стандартам
Технологический отдел	Разработка технологических карт, подбор оборудования, нормирование	Оптимизация производственных процессов
Швейный цех	Раскрой, пошив, контроль качества операций	Соблюдение технологических параметров
Отдел логистики	Управление поставками материалов, складирование, отгрузка	Бесперебойная работа производства
Отдел контроля качества	Входной, операционный и выходной контроль. Промежуточный контроль на всех этапах производства	Соответствие изделий техническим требованиям

Производственный цикл должен включать в себя несколько этапов, каждый из которых требует особой организации, таким образом, этап проектирования подготовки должен включать: анализ медицинских требований к конкретному типу фиксаторов, разработка 3D-моделей с использованием CAD-систем, создание адаптивных лекал с возможностью оперативной корректировки, разработку технологических карт для каждого изделия [12]. Этап подготовки материалов – проведение входного контроля ткани и фурнитуры, предварительную подготовку материалов, раскрой с использованием автоматизированных систем для минимизации отходов. Для эффективного управления производственными мощностями рекомендуется использовать систему планирования ERP – система планирования ресурсов предприятия [13]. Этап контроля качества должен быть многоуровневый. Пример организации системы представлен в табл. 3.

Таблица 3 – Система контроля качества

Этап контроля	Методы	Критерии
Входной контроль	Лабораторные испытания образцов тканей, проверка сертификатов	Соответствие ТУ 9398-001-45673221-2024
Операционный контроль	Визуальный осмотр, замеры, испытания на специализированных стендах	Допуски ±1 мм для критических размеров
Приемочный контроль	Комплексная проверка функциональности всех элементов	100% проверка готовых изделий
Периодические испытания	Тестирование на износостойкость, проверка после многократных стирок	Сохранение свойств

Особое внимание следует уделить подготовке специалистов, она должно включать: обязательное обучение медицинским аспектам работы с фиксаторами, регулярные тренинги по работе с новыми материалами и оборудованием, сертификацию по стандартам для медицинских изделий. А также учесть значимость мотивационной системы. Последними важными этапами являются логистика и информационное обеспечение, без них работа прибыльного предприятия невозможна. Таким образом, Производство специализированной одежды для пациентов с внешней фиксацией требует междисциплинарного подхода, сочетающего инновационные конструкторские решения с эффективными методами управления производством, такими как рациональная организационная структура, обеспечивающая достижение целей организации, детализированное планирование процессов, многоуровневый контроль качества, современные методы управления ресурсами, непрерывное совершенствование технологий и бизнес-процессов предприятия.

Дальнейшие исследования целесообразно направить на разработку «умных» текстильных систем с функцией мониторинга состояния пациента.

Список использованных источников:

1. Гусева М.А., Гетманцева В.В., Клочкова О.В., Знамцева А.М., Бескостова П.Р. Плечевая одежда со вставкой / Патент на промышленный образец RU 145205, 12.12.2024. Заявка № 2024501702 от 29.03.2024.

2. Гусева М.А., Гетманцева В.В., Клочкова О.В., Знамцева А.М., Бескостова П.Р. Брюки со вставкой / Патент на промышленный образец RU 144742, 21.11.2024. Заявка № 2024501703 от 29.03.2024.

3. Гусева М.А., Гетманцева В.В., Клочкова О.В., Джоджуа А.В., Иванова А.О., Знамцева А.М., Бескостова П.Р. Одежда для пациентов с травмами плечевого пояса и верхних конечностей / Патент на полезную модель RU 231630 U1, 04.02.2025. Заявка № 2024108461 от 29.03.2024.

4. Гусева М.А., Гетманцева В.В., Клочкова О.В., Джоджуа А.В., Иванова А.О., Знамцева А.М., Бескостова П.Р. Брюки для потребителей с травмами ног / Патент на полезную модель RU 233188 U1, 10.04.2025. Заявка № 2024108459 от 29.03.2024.

5. Гусева М.А., Гетманцева В.В., Клочкова О.В., Знамцева (Арапко) А.М., Бескостова П.Р. Особенности проектирования одежды для потребителей с осложненными травмами конечностей // Дизайн. Материалы. Технология. - 2025. - № 2.

6. Гусев И.Д., Андреева Е.Г., Гусева М.А. Проектирование адаптивной швейной продукции с учетом специфических требований маломобильных потребителей // Дизайн. Материалы. Технология. – 2024. – № 2 (74) – С. 149-157.

7. Смирнова Е.В. Инновационные текстильные материалы медицинского назначения. - М.: Медицина, 2024. - 168 с.

8. Ганин Е.В., Борисов М.Б. Фиксация переломов длинных костей конечностей при политравме стержневыми аппаратами // Клиническая патофизиология. – 2021. – Т. 27. – № S3. –С. 6.

9. Гусева М.А., Гетманцева В.В., Зотов В.В., Клочкова О.В., Джоджуа А.В., Иванов А.О. Повышение эргономических характеристик одежды для потребителей с боевыми травмами верхних конечностей // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. - 2024. - № 3 (411). - С. 160-169.

10. Гусева М.А., Костылева В.В., Петросова И.А., Андреева Е.Г., Литвин Е.В., Гусев И.Д. Цифровизация в инклюзивной антропометрии // Известия вузов. Технология текстильной промышленности. – 2020. – №6. – С. 154-161.

11. WHO Guidelines on Medical Devices. - Geneva, 2023. - 214 p.

12. Петров А.Н. Управление качеством в производстве медицинских изделий. - СПб: Профессия, 2023. - 245 с.

13. Что такое ERP-система, зачем нужна и какую выбрать [Электронный ресурс]. URL: https://www.moysklad.ru/poleznoe/shkola-torgovli/erp-sistemy/?ysclid=malak2o00877637916&utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения: 12.05.2025).

© Бескостова П.Р., Арапко А.М., 2025

УДК 334.711

УПРАВЛЕНЧЕСКО-ПРАВОВАЯ СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Бикбулатова В.Э.
Научный руководитель Ильин С.Ю.
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)», Москва

Рассматривая схему кругооборота капитала, именуемую также формулой бизнеса, наибольшее внимание следует уделять ее производственному этапу, представляющему собой конструктивное промежуточное звено между результатом и затратами, поскольку он

связывает между собой заготовительные и сбытовые бизнес-процессы, то есть участвует в калькуляции расходов и в получении доходов организациями, значительная часть которых при существующих не один век товарно-денежных отношениях выступает на сбытовых рынках одновременно производителями (создателями) и продавцами продукции. Более того, в данных организациях производственные расходы (издержки) являются доминирующими, о чем говорит специфика их деятельности, состоящая в том, что почти все бизнес-операции сконцентрированы не столько на реализации выпускаемых товаров и оказываемых услуг, сколько в создании этих материальных и нематериальных благ [4, 6, 11]. Плюс ко всему, часть создаваемой продукции в материальном секторе национальной экономики отпускается на потребление в собственном производстве и на прирост запасов по причине невозможности воспроизводства повседневно потребляемых людьми традиционных товаров продовольственного и непродовольственного назначения [1, 3, 7, 10]. Каждый из перечисленных и поясненных фактов свидетельствует о необходимости подробного изучения менеджмента в производственном секторе и его взаимодействия с правовыми аспектами, ибо законность принимаемых решений есть залог эффективности, в том числе результативности и затратности предпринимательской деятельности таких организаций, самых популярных среди населения и, что немаловажно, других организаций-производителей и организаций, занятых в оптовой и розничной торговле (сфере обращения) [2, 5, 8, 9, 12]. Потому и авторское исследование посвящено управленческо-правовой среде, предназначенной для регулирования руководством производственных операций с помощью юридических (правовых) норм, логистически интегрированных по этапам выполнения производственных операций, подлежащих раскрытию с целью понимания ее функциональной роли для организаций и оказания им помощи в ведении качественного менеджмента.

1. Нормирование производственных процессов. Включает в себя издержки по правовому регулированию организации работ по изданию приказа, назначению исполнителей, анализу и синтезу проблемы повышения конкурентоспособности производственных объектов, прогнозированию параметров их конкурентоспособности, оптимизации и оценке норм и нормативов конкурентоспособности производственных объектов, оформлению документов с нормами и нормативами их конкурентоспособности.

2. Планирование производственных процессов. Включает в себя издержки по правовому регулированию планирования, анализу и синтезу проблем планирования конкурентоспособности производственных объектов, прогнозированию параметров производственной стратегии, ее оптимизации, оценке, соответствующему документальному оформлению.

3. Организация производственных процессов. Включает в себя издержки по правовому регулированию работ по выполнению, анализу и синтезу проблем налаживания организации выполнения, прогнозированию параметров и условий организации выполнения, оптимизации и оценке параметров и условий выполнения производственной стратегии, оформлению соответствующих документов.

4. Учет производственных процессов. Включает в себя издержки по правовому регулированию работ по учету, анализу и синтезу проблем налаживания учета выполнения, прогнозированию параметров учета выполнения, оптимизации и оценке параметров и условий учета выполнения производственной стратегии, оформлению соответствующих документов.

5. Мотивация производственных процессов. Включает в себя издержки по правовому регулированию работ по мотивации, анализу и синтезу проблем налаживания мотивации выполнения, прогнозированию параметров мотивации выполнения, оптимизации и оценке параметров и условий мотивации выполнения производственной стратегии, оформлению соответствующих документов.

6. Контроль производственных процессов. Включает в себя издержки по правовому регулированию работ по контролю, анализу и синтезу проблем налаживания контроля выполнения, прогнозированию параметров контроля выполнения, оптимизации и оценке параметров и условий контроля выполнения производственной стратегии, оформлению соответствующих документов.

7. Координация производственных процессов. Включает в себя издержки по правовому регулированию работ по координации, анализу и синтезу проблем налаживания координации выполнения, прогнозированию параметров координации выполнения, оптимизации и оценке параметров и условий координации выполнения производственной стратегии, оформлению соответствующих документов.

Объективность представленного алгоритма не вызывает у автора сомнений, поскольку он предусматривает взаимосвязь между менеджментом и юриспруденцией и неделимость управленческих и правовых звеньев, что означает полноту учета производственных затрат, способствующую принятию руководством безошибочных решений в части законности производственных бизнес-операций. Следуя ему, организации, занимающиеся производственным бизнесом, будут соблюдать на каждом этапе выпуска товаров и оказания услуг все правовые нормы без несения штрафных потерь, вызывающих вмененные издержки.

Резюмируя сказанное выше в подготовленном материале, отметим целостность и органичность варианта формирования управленческо-правовой среды, отличающегося последовательностью этапов и направленного на содействие производственным организациям в ведении

эффективного менеджмента, позволяющего развиваться им интенсивно (качественно), выгодно отличаясь по данному элементу предпринимательской деятельности от подобных субъектов, функционирующих в этом же рыночном сегменте.

Список использованных источников:

1. Губин А.М. Трансформация правовых институтов в условиях инновационного развития экономики // Проблемы развития права и правоприменения в условиях социально-экономических преобразований на современном этапе. – 2023. – С. 9-17.

2. Зотиков А.А., Зотикова О.Н. Оборотный капитал и оборотные средства для функционирования промышленных предприятий // Актуальные проблемы экономики, коммерции и сервиса. – 2020. – С. 65-71.

3. Ильин С.Ю. Управление интенсивным использованием основных производственных фондов в сельскохозяйственном производстве (на материалах Удмуртской Республики): Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Ижевск, 2003. – 24 с.

4. Ильин С.Ю. Управление интенсивным использованием основных производственных фондов в сельскохозяйственном производстве (на материалах Удмуртской Республики): Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Ижевск, 2003. – 185 с.

5. Ильин С.Ю. Оценка эффективности использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве Удмуртской Республики // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 1. – С. 33-34.

6. Ильин С.Ю. Анализ эффективности интенсификации использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве Удмуртской Республики // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 3. – С. 56-58.

7. Ильин С.Ю. Пути повышения эффективности использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве Удмуртии // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 5. – С. 42-44.

8. Ильин С.Ю. Организация предпринимательской деятельности. – Ижевск, 2013. – 86 с.

9. Ильин С.Ю. Фондосберегающее направление эффективности использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве региона // Вестник ИжГТУ имени М.Т. Калашникова. – 2013. – № 1 (57). – С. 66-68.

10. 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.

11. Романенко Н.Ю. Роль инновационно-инвестиционной стратегии в процессе стратегического развития предприятия // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2009. – № 11 (41). – С. 13-14.

12. Романенко Н.Ю. Экономическое сознание как механизм развития предпринимательства // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2021. – Т. 5. – № 12 (120). – С. 4-9.

© Бикбулатова В.Э., 2025

УДК 314.17

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РОЖДАЕМОСТЬ В РОССИИ

Богаткина Д.А.

Научный руководитель Невмержицкая О.Н.

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

Согласно проведенным исследованиям, считается, что перенаселение – одна из главных проблем современного мира: численность населения на планете превысила 8 миллиардов человек. Однако, в российских средствах массовой информации всё чаще звучат тревожные сообщения о демографических ямах, естественной убыли населения, резком падении рождаемости, а государство всё активнее разрабатывает и внедряет программы поддержки семьи. Противоречие данных фактов можно объяснить следующим образом. Дело заключается в процессах демографического старения: доля пожилого населения растёт, тогда как число трудоспособных граждан сокращается. Эти изменения уже оказывают влияние на развитие страны и в будущем могут привести к серьёзным экономическим трудностям, которые повысят нагрузку на пенсионную и социальную системы. Именно поэтому существует необходимость изучения и скорейшего изменения демографической ситуации для сохранения российской идентичности и обеспечения национальной безопасности и стабильного развития.

Современный этап демографического кризиса в России берёт своё начало в 2015 году – год, который стал поворотным в динамике рождаемости и обозначил окончание периода относительной демографической стабилизации, наблюдавшегося в предыдущие годы. По данным Росстата, главного статистического ведомства страны, за 2022 год население сократилось на 556 тыс. человек (с 146,98 млн. до 146,42 млн.). По предварительной оценке, на 1 января 2024 г. численность постоянного населения составила 146,20 млн., а на 1 января 2025 г. – уже 146,0 млн. человек. [2] Это означает, что в 2023 г. потери составили порядка 250 тыс.

человек, а в 2024 г. – ещё около 200 тыс., то есть темпы убыли действительно замедляются, но лишь до «менее катастрофических», а не до выхода на нулевой баланс. То есть, несмотря на кажущееся «замедление», эти показатели не должны внушать спокойствие. Ежегодная естественная убыль в сотни тысяч человек, сочетаясь с низкой рождаемостью и ускоренным старением, оставляет Россию в состоянии затяжного демографического кризиса.

Причины наблюдаемого спада рождаемости в стране носят комплексный характер, и в основе этих процессов лежат как объективные демографические тренды, так и совокупность социально-экономических факторов, формирующих поведение населения в сфере рождаемости, смертности и миграции.

Согласно опросу ВЦИОМ, (30 мая 2024), 26% россиян назвали «недостаточно денег» главным мотивом отказа от рождения детей. Кроме того, 5% указали как препятствие отсутствие собственного жилья, а 4% – общую нестабильность в экономике. В рамках социального проекта «Неделя женского здоровья» (2022) выяснилось, что среди женщин 18-45 лет 48% не планируют рождение детей в ближайшие пять лет именно из-за материальных трудностей (финансовые возможности, жилищные проблемы, отсутствие уверенности в завтрашнем дне). Экономическая нестабильность традиционно оказывает сильное влияние на демографическое поведение населения России. Так, в 1998 году, в результате дефолта, обвального падения доходов и роста бедности, рождаемость в стране резко сократилась: коэффициент рождаемости упал с 2,1 до 1,157, а суммарное число родившихся снизилось с 1,304 до 1,214 млн. детей в 1999 году – это одно из самых низких показателей за всю историю наблюдений [1]. В настоящее время в России отсутствует столь острый экономический обвал, однако наблюдается устойчивое ухудшение реальных доходов и рост социальной неуверенности. В 2023 г. годовая инфляция в России достигла 9,5%, что стало максимальным уровнем с 2016 г. и превысило целевые 4% Центрального Банка вдвое.

По итогам февраля 2025 г. годовой рост инфляции составил 10,1%, а с начала года цены уже прибавили более 1,5%. При инфляции свыше 7-10% темпы роста номинальных зарплат не успевают покрывать рост цен, что снижает реальные располагаемые доходы семей и создаёт дополнительный финансовый стресс при планировании ребёнка и приводит к её отсрочке [3]. Наконец, несмотря на формальный рост номинальных доходов, реальные располагаемые доходы россиян остаются ниже докризисного уровня: по итогам 2023 г. они были почти на 1,4% ниже, чем в 2014 г. Большую часть от общего числа малоимущих стабильно составляют семьи с детьми до 18 лет: в 2022 году – 87,9%. Для сравнения, четырьмя годами раннее, в 2018 году, их доля достигала 90,6%. Всё это проявляется в долгосрочно низком уровне рождаемости: суммарный коэффициент составляет всего 1,4 ребёнка

на женщину, что также препятствует естественному воспроизводству населения.

Важным ограничителем выступают и жилищные условия. Рост цен на недвижимость, высокая долговая нагрузка по ипотеке, ограниченность доступного арендного жилья – всё это формирует неблагоприятный контекст для расширения семей. В период 2023-2024 гг. цены на первичное жильё выросли на 12% и 9,2% соответственно, при этом на вторичном рынке рост составил 6-7% в годовом выражении. По данным компании «Домклик», средняя цена за квадратный метр на данный момент составляет около 193 тысяч рублей. При этом по итогам 2024 года среднемесячная номинальная начисленная заработная плата россиян достигла 87,9 тыс. рублей, увеличившись более чем на 17% по сравнению с прошлым годом. Тем не менее, стоимость трехкомнатной квартиры площадью около 65 квадратных метров превышает 10 млн. рублей. Для покрытия этой суммы семье придётся либо годами копить, либо брать ипотеку, чьи ставки находятся на историческом пике: по классическим программам они превышают 25% годовых, что делает жилищные кредиты крайне обременительными для семейного бюджета или в принципе недоступными для большинства молодых семей, особенно при отказе от госсубсидий. В совокупности это означает, что даже при наличии стабильного дохода и формально доступного ипотечного предложения многие молодые семьи откладывают покупку собственного жилья – и вместе с ней рождение детей или ограничиваются одним ребенком.

Низкий уровень официальной безработицы в РФ (2,9% в ноябре 2023 г. и 2,4% в январе 2025 г.) [2] формально свидетельствует о стабильном рынке труда, однако данная статистика отчасти обусловлена демографическим сужением трудоспособного контингента и ростом доли неформальной занятости.

Вместе с тем, число самозанятых граждан выросло с 8,07 млн. в начале 2023 г. до более чем 10,5 млн. в июне 2024 г., а по итогам года превысило 12 млн. человек, что отражает расширение гибких, но зачастую экономически нестабильных форм занятости. Риск проявляется в отсутствии оплачиваемых отпусков и больничных.

Параллельно усиливается перегрузка трудящихся: по данным Росстата, средняя продолжительность рабочей недели в 2023 г. составила 38 часов 12 минут, что является максимумом с 2014 г., а фактическая дневная нагрузка выросла до 7,17 часов в день . Частые сверхурочные, нерегулярный график и длительные командировки создают ощущение нехватки времени и социальной поддержки со стороны работодателя.

Кроме того, социологические опросы демонстрируют, что порядка 50% российских женщин считают целесообразным сначала добиться успехов в карьере, а затем планировать рождение ребёнка; при этом 96% респондентов связывают готовность к родительству с наличием

стабильного дохода, 79% – с собственным жильём и формальной занятостью. Ограниченная гибкость рабочего времени и слабая корпоративная поддержка (лишь 36% «семейных» сотрудников получают помощь от работодателя, и лишь 13% – средства при рождении ребёнка) порождают дополнительный конфликт между профессиональными и семейными обязанностями.

Здравоохранение остаётся критически важной составляющей демографической политики. Высокие показатели смертности, особенно среди мужчин трудоспособного возраста, являются одной из центральных проблем. Причины – хронические заболевания, злоупотребление алкоголем, низкий уровень медицинской профилактики и недостаточная доступность качественной медицинской помощи в малых и отдалённых населённых пунктах. В это же время, представление о безопасности беременности и родов, а также о перспективах выживаемости и здоровья ребёнка формируют доступность и надежность медицинской помощи, выступающие ключевыми детерминантами репродуктивного поведения. С одной стороны, ожидаемая продолжительность жизни при рождении достигла 73,4 года в 2024 г., что стало рекордом за всю историю наблюдений и отражает успехи первичной профилактики и базовой терапии хронических заболеваний. С другой стороны, перинатальная смертность (смерть плода или новорожденного), хотя и снизилась до 6,48% в 2023 г., но остаётся вдвое выше уровня развитых стран, а материнская смертность демонстрирует задержку в снижении вследствие недостаточной оснащённости родильных домов современным оборудованием и нехватки акушеров-гинекологов в регионах.

Также стоит отметить, что дефицит узких специалистов остаётся критическим: по состоянию на октябрь 2024 г. отсутствовало 7303 врача общей практики и 5784 сотрудника по медицинскому уходу, особенно остро ощущаемые в сельских регионах и небольших городах.

Несмотря на общие успехи в базовых медицинских показателях, сохраняющиеся кадровые пробелы, региональные дисбалансы и неравномерность качества узкопрофильной помощи делают систему здравоохранения фактором, сдерживающим демографический рост.

В результате, современная демографическая динамика в России во многом определяется совокупностью социально-экономических факторов, которые сдерживают рост рождаемости и способствуют усилению депопуляционных процессов. Среди ключевых ограничителей можно выделить нестабильную макроэкономическую ситуацию, сопровождающуюся высокой инфляцией и стагнацией реальных доходов населения, стремительный рост стоимости жилья и ограниченную доступность ипотечного кредитования, а также жёсткие условия занятости с высокой нагрузкой на работников и недостаточной гибкостью графиков. Кроме того, сохраняются существенные пробелы в доступности и качестве

медицинских услуг. В совокупности все эти факторы создают значительное финансовое давление на семьи, что приводит к откладыванию или даже отказу от рождения детей. В ответ на демографические вызовы государство реализует широкий спектр мер, направленных на поддержку семей с детьми и стимулирование рождаемости. Одной из ключевых инициатив стала программа материнского капитала, действующая с 2007 года, которая предоставляется при рождении второго и последующих детей и может использоваться на улучшение жилищных условий, образование и другие нужды семьи. Также действует программа льготной семейной ипотеки, позволяющая семьям с детьми получать жилищные кредиты по сниженным ставкам, что способствует улучшению жилищных условий. Важным направлением является и национальный проект «Демография», в рамках которого осуществляется поддержка занятости женщин с детьми, развитие инфраструктуры дошкольного образования, а также внедрение мер по укреплению здоровья населения и повышению продолжительности жизни. Эти меры формируют основу государственной демографической политики, направленной на создание благоприятных условий для рождения и воспитания детей в России.

Список использованных источников:

1. Донской Д.А., Ужакова М.В. Анализ демографической ситуации в Российской Федерации. Прогноз на 2024–2026 гг. // ЭФО. Экономика. Финансы. Общество. 2024. – 51-61 с.

2. Официальный сайт Федеральной службы государственно статистики (Росстат) [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/

3. Российская экономика в 2023 году. Тенденции и перспективы / Кудрин А.Л., Мау В.А., Радыгин А.Д. [и др.] – 2024. – 456 с.

4. Гришин В.И., Гагарина Г.Ю. Российское экономическое пространство: проблемы и перспективы реструктуризации. 2018. – 187 с.

5. Т.А. Долбик-Воробей, О.Д. Воробьева. Статистика населения и демография. – Москва: КНОРУС, 2018 – 314 с.

6. Рыбаковский О.Л. Экономические факторы в демографии регионов России (2017–2023 гг.) // Народонаселение. – 2025 – 4-16 с.

© Богаткина Д.А., 2025

УДК 33:343.98

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОЙ ПРЕСТУПНОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Богданова Е.М., Павлович В.О.
Федеральное государственное казенное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородская академия Министерства внутренних дел Российской Федерации», Нижний Новгород

В прогрессивной рыночной экономике, прежде всего, основой финансового благополучия и безопасности государства являются налоги. Именно они выступают основным и главным доходом страны, гарантом функционирования денежно-кредитной политики, платежеспособности и суверенности Российской Федерации.

Однако налоги не появляются сами собой, а пополняют казну именно за счет законопослушных налогоплательщиков, которые в необходимый срок и в полном объеме выплачивают все установленные суммы, а также предоставляют все налоговые декларации в Федеральную налоговую службу Российской Федерации (далее – ФНС России). Именно поэтому одной из приоритетных задач правоохранительных органов является контроль за обеспечением правопорядка в сфере налоговых отношений с целью недопущения незаконного обогащения и хищения денежных средств из государственного бюджета.

В органах внутренних дел налоговыми преступлениями занимается подразделение экономической безопасности и противодействия коррупции Министерства внутренних дел Российской Федерации (далее – ЭБиПК МВД России). На него возлагается осуществление оперативно-розыскной деятельности: наведение справок, проверочная закупка, исследование предметов и документов, прослушивание телефонных переговоров, получение компьютерной информации и ряд других мероприятий, способствующих выявлению, расследованию и предупреждению финансовых преступлений, своевременное направление материалов дела в ФНС России для принятия по ним решения, а также участия в выездных налоговых проверках [1, с. 132-136].

Чаще всего на практике деятельность ЭБиПК МВД России неотъемлемо связана с ФНС России, так как определенного рода документы невозможно получить в самостоятельном порядке. К таковым чаще всего относятся выставление инкассовых поручений на расчетные счета предприятия, наложение ареста на частичное или полное имущество, постановления о принудительном взыскании. Перечисленные документы невозможно вынести без постановления налоговой службы.

В одну из основополагающих задач ЭБиПК МВД России совместно с ФНС России входит составление статистики путем анализа всех налоговых

преступлений за прошедший год. Так, налоговыми преступлениями признаются: уклонение от неуплаты налогов и (или) сборов с физического лица или организации (ст. 198-199 Уголовного кодекса Российской Федерации (далее – УК РФ); неисполнение обязанностей налогового агента (ст. 199.1 УК РФ); сокрытие денежных средств либо имущества организации или индивидуального предпринимателя, за счет которых должно производиться взыскание налогов и (или) сборов (ст.199.2 УК РФ); мошенничество (ст. 159 УК РФ), в части неправомерного возмещения налогов; уклонение страхователя-физического лица от уплаты страховых взносов на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в государственный внебюджетный фонд и уклонение страхователя-организации от уплаты страховых взносов на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в государственный внебюджетный фонд (ст. 199.3-199.4 УК РФ). Статистика выявления подобных преступлений в практике органов внутренних дел крайне мала; иные преступления, которые могут сопровождаться нарушением законодательства о налогах и сборах (ст. 170.1, 173.1, 173.2, 193, 193.1, 194, 195, 196, 197 УК РФ).

Анализируя судебную статистику 2023 года отчетливо видно, что налоговые преступления остались относительно на прежнем уровне по сравнению с прошлым годом – 3623 преступлений. Так, размер выявленного ущерба составил 88,7 миллиарда рублей, до 462 возросло число преступлений, совершенных группой лиц по предварительному сговору. По ст. 199 УК РФ отмечается существенный рост до 1341 (+42,1%) выявленных преступлений. Наиболее часто документируемыми составами стали деяния, связанные с уклонением от установленных налогов и сборов, а также сокрытии денежных средств, за счет которых должна была производиться выплата налогов [2].

Особую трудность при документировании налоговых преступлений оказало изменение уголовно-процессуального законодательства. Федеральный закон от 09.03.2022 № 51-ФЗ «О внесении изменений в статьи 140 и 144 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации» внес существенные поправки, которые предусматривают, что поводом для возбуждения уголовного дела по преступлениям ст. 198-199.2 УК РФ, могут служить только материалы, направленные налоговым органом, по Федеральному закону от 18.03.2023 № 78-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации» повод для отказа для возбуждения уголовного дела служит уплата в полном объеме размере недоимки и других платежей определенных Налоговым кодексом Российской Федерации (далее – НК РФ).

Выделим основные особенности преступлений в налоговой сфере. Высокий уровень общественной опасности. Налоговые преступления посягают на финансовые интересы государства, в результате чего происходит недоимка денежных средств в казну страны и невозможность обеспечение государственных программ. Общественная опасность продолжает оставаться высокой, несмотря на то что ФЗ от 18.03.2023 № 78-ФЗ определил, что налоговые преступления сейчас относятся к категориям средней тяжести, где срок привлечения к уголовной ответственности составляет шесть лет. Умышленная форма вины. Деяние считается налоговым преступлением, только если оно совершено с умышленной формой вины, а не по осторожности лица. Специальный субъект преступления – лицо, не исполняющее обязанность уплачивать установленные налоги и сборы. Трудности с взысканием задолженности в связи с введением единого налогового счета Федеральным законом от 14.07.2022 № 263-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации». Наибольшая степень документальных следов. В отличии от других сфер все налоговые преступления отражены в бухгалтерских документах организации и её налоговых декларациях. Разносторонность совершения преступления: использование мошеннической схемы «фирмы-однодневки», фальсификация сведений бухгалтерского учета, уничтожение финансовых документов предприятия, отсутствие контакта с налоговой службой [3, с.191-194].

До сих пор налоговые преступления относятся к категории одних из самых сложных и длящихся составов. К особенностям возбуждения рассматриваемых категорий дел относят достаточно большой ряд аспектов: в отличии от других уголовных составов рапорт об обнаружении признаков преступления в сфере налогов не будет считается основанием к возбуждению дела без уведомления налогового инспектора в следственный орган о нарушении норм Налогового кодекса; согласно НК РФ, налоговый орган в течении семидесяти пяти часов решает вопрос о направлении материалов в орган предварительного следствия, что, однако может быть ускоренно, если имеются основания полагать, что налогоплательщик предпринимает действия к сокрытию имущества или иных действий; для возбуждения дела налогоплательщик должен получить решение о привлечении к ответственности за совершение налогового правонарушения, решение об отказе в привлечении к ответственности за совершение налогового правонарушения либо решение по результатам проведения проверки полноты исчисления и уплаты налогов в связи с совершением сделок с взаимозависимыми лицами; обжалование решения налогоплательщика или решение суда о приостановлении решения. Данное обстоятельство напрямую препятствует направлению материалов в органы следствия (исключение составляет материалы по ст. 199.2 УК РФ); большой

разрыв между приведением налоговой проверки и направление материалов в органы следствия, который может доходить до 30 месяцев; налоговый орган должен исчислить ущерб от преступления заранее и указать его в запросе о включении сотрудника полиции в выездную налоговую проверку; длительное проведение мероприятий налогового контроля, порой с необоснованно завышенными сроками; периодически возникающие должностные преступления сотрудников налогового органа, в связи с расширением их полномочий; обязанность налогового органа по истечению полугодия предоставить в органы внутренних дел справку об использовании оперативной информации; отсутствие личностной выраженности субъекта преступления. Выделенная проблема является большой преградой к раскрытию преступления, поскольку именно личность преступника зачастую играет наиболее важное значение. Например, в УК РФ четко прописана личность террориста, насильника, расхитителя, но нет ни единого слова о характере личности противоправного налогоплательщика. Известно, что подобные преступники условно подразделяются на три группы лиц: менее опасные, скрывающие объекты, подлежащие налогообложению; опасные, фальсифицирующие данные бухгалтерских отчетов для сокрытия мошеннических действий; особо опасные, совершающие преступление группой лиц или группой лиц по предварительному сговору совместно с другими хозяйствующими субъектами [4, с.87-93]. Однако систематическая модель поведения лица отсутствует. Именно поэтому необходимо провести криминалистическое исследование личности преступника-налогоплательщика на стадиях подготовки, совершения преступления, сокрытия следов и постпреступного поведения.

Проблема сохранения документов, имеющих значение при выявлении преступления. Современное законодательство не предусматривает какую-либо ответственность за намеренное или случайное уничтожение бухгалтерских учетов, например, пропажа документов, сгорание финансовых отчетов при неожиданном пожаре в организации [5, с. 179-183].

Таким образом, обобщая вышесказанное, налоговые преступления имеют ряд особенностей, которые является препятствием для их выявления и привлечения лица к уголовной ответственности. Дальнейшие особенности следует рассматривать в аспекте проведения оперативно-розыскных мероприятий, следственных действий, что является темой отдельного исследования.

Резюмируя выше сказанное можно выделить основные задачи, которые должны решаться оперативными сотрудниками ЭБиПК МВД России при выявлении налоговых преступлений:

противодействие должностным и коррупционным преступлениям среди сотрудников ФНС России;

противодействие незаконному возмещению налогов;

возмещение ущерба бюджетам всех уровней Российской Федерации;

выявление и пресечение налоговых преступлений, а также установление лиц причастных к нему.

Данный перечень ведется нам весьма исчерпывающим в связи с современным положение налогового, уголовного и уголовно-процессуального законодательства.

Список использованных источников:

1. Богданов, А. В. Основные направления и особенности деятельности оперативных подразделений по раскрытию и расследованию налоговых преступлений / А. В. Богданов, А. Н. Панкратьев, Е. Н. Хазов // Вестник экономической безопасности. – 2020. – № 4. – С. 132-138.

2. Главное управление экономической безопасности и противодействия коррупции МВД России // Обзор об организации работы по предупреждению, выявлению и пресечению налоговых преступлений на 2023 год. – Москва. –2024. – исх. от 30.05.2024 № 7/9-10992.

3. Сафохина, Е. А. Особенности налоговых преступлений на современном этапе / Е. А. Сафохина // Криминологический журнал. – 2023. – № 2. – С. 191-194.

4. Кужугет, Т. о. К. Актуальные проблемы выявления налоговых преступлений и возможные пути их разрешения / Т. о. К. Кужугет // Вестник Тувинского государственного университета. №1 Социальные и гуманитарные науки. – 2016. – № 1(28). – С. 87-93.

5. Бобошко, Н. М. Использование финансовой отчетности в расследовании преступлений экономической направленности / Н. М. Бобошко // Вестник Московского университета МВД России. – 2014. – № 5. – С. 198-205.

© Богданова Е.М., Павлович В.О., 2025

УДК 336.71:004.738.5

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА МОСКВЫ И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Бодрова А.В., Прошина А.Д., Джавадов Т.А.

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

В последние десятилетия цифровизация становится важнейшим направлением трансформации финансовой сферы. Банковский сектор Москвы и Московской области, как одного из крупнейших финансовых центров России, является ключевым объектом этой трансформации. В данной статье рассматриваются текущее состояние цифровизации банков,

ее влияние на качество и доступность финансовых услуг, а также перспективы дальнейшего развития с акцентом на взаимодействие с малым и средним бизнесом.

Цифровизация финансовой деятельности в России в последние годы приобрела значительное развитие, являясь частью общей государственной стратегии по модернизации экономики и улучшению финансовых услуг. Согласно агентству холдинга Т1, в 2023 году расходы финансовых компаний на информационные технологии достигли ₽896 млрд., что на 13% превышает показатели 2022 года. Внедрение новых технологий в финансовые процессы оказывает влияние на различные сектора экономики, улучшая их эффективность, доступность и безопасность [1].

По данным Центрального банка РФ, более 70% активов банковской системы сосредоточены в Москве и Московской области, включая такие значимые банки как Сбербанк, ВТБ, Альфа-Банк, Россельхозбанк, Совкомбанк, МКБ и Т-Банк [7]. Это свидетельствует о высокой плотности банковской инфраструктуры и интенсивной цифровой трансформации в регионе, особенно в сфере взаимодействия с розничными и корпоративными клиентами.

Как правило руководители коммерческих банков фокусируются и действуют на трех основных направлениях: клиенты, операционные процессы и бизнес-модель [1]. Для развития данных фокусов используются технологии блокчейна, Big Data, искусственный интеллект, машинное обучение, мобильный банкинг, искусственного интеллекта, биометрические технологии и блокчейн. Примерами использования являются: кастомизированные предложения, скидки, инвестиционные услуги и чат-боты для помощи клиентам в подборе продуктов, мобильное приложение «Сбербанк Онлайн», голосовые ассистенты ВТБ, а также разработка платформы цифрового рубля Центральным банком РФ [8].

Цифровизация банковского сектора помогает снизить операционные издержки, расширить клиентскую базу и повысить доступность банковских услуг, повышение конкурентоспособности.

Несмотря на высокие темпы внедрения технологий, остаются проблемы: неравномерный доступ к цифровым услугам, высокая концентрация рисков, и ограниченная доступность финансов для МСП. Также растет угроза киберпреступности [1].

Статистика показывает, что проблема реальна: по данным исследования, проведенного ГБУ «Малый бизнес Москвы» совместно с ВЦИОМ [2], были получены количественные оценки удовлетворенности предпринимателей условиями для ведения бизнеса. 40% предпринимателей сообщили о низкой удовлетворенности условиями кредитования, что связано с непрозрачностью требований банков. Более 60% предпринимателей сталкиваются с отказами в кредите из-за недостаточной прозрачности и непонимания условий. Среднее время на оформление

кредита для МСБ составило 2-3 недели, что также является существенным препятствием для ведения бизнеса.

Основной заинтересованный участник – малый бизнес, особенно начинающие предприниматели, которые нуждаются в доступных и понятных финансовых услугах. Это ключевой сегмент экономики, который обеспечивает до 25% ВВП России и создает рабочие места для миллионов граждан.

Существуют международные примеры успешной реализации единой базы данных для малых предприятий. Ключевые кейсы могут быть рассмотрены на примерах таких стран как цифровые платформы Китая, технопарки Германии, и действующая платформа в ЕС, объединяющая данные о малых предприятиях (например, Agritask для аграрного сектора). Особенно значимым примером для продукта в виде внедрения единой базы на платформе банка является опыт США Small Business Administration (SBA), который собирает и анализирует данные о малых предприятиях, предоставляя банкам информацию для оценки кредитоспособности. Это снижает риски и упрощает доступ к финансированию.

В условиях цифровизации финансовой системы стоит рассмотреть создание государственной единой цифровой платформы, предоставляющей данные о малом и среднем бизнесе (МСП) с целью упрощения оценки кредитоспособности, минимизации рисков банков и расширения доступа к финансовым услугам.

Разработка такой платформы должна быть инициирована и курирована государством, например, в рамках национального проекта «Цифровая экономика Российской Федерации». Это обеспечит: открытость архитектуры платформы, равный доступ банков и защиту персональных данных субъектов МСП.

Модель государственного участия может включать: технологическую реализацию через Минцифры РФ и «ГосТех»; участие Центрального банка РФ как регулятора доступа к данным и интеграцию с налоговой.

Эффективность данного проекта подтверждает международная практика на примере системы в США (SBA), о которой упоминалось выше: платформа сократила среднее время рассмотрения заявки с 14 до 3 дней; снизила количество отказов на 20%; увеличила объём кредитования малого бизнеса на 10% в течение 3 лет [9].

Для успешной реализации единой цифровой платформы в России необходимо учитывать существующие нормативно-правовые акты, которые регулируют защиту персональных данных, банковскую деятельность и информационные технологии. В первую очередь стоит отметить следующие законодательные акты: Федеральный закон «О персональных данных» (№ 152-ФЗ, 2006 г.) регулирует обработку персональных данных, что является критически важным для функционирования платформы, которая будет собирать и обрабатывать информацию о МСБ [3]; Федеральный закон «О

национальной платежной системе» (№ 161-ФЗ, 2011 г.) регулирует деятельность в сфере цифровых платежей и может быть применен к созданию инфраструктуры для сбора и передачи данных [4]; Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» (№ 395-1, 1990 г.) регулирует деятельность банков и их взаимодействие с клиентами, включая малый и средний бизнес, в том числе условия предоставления кредитов [5].

Также важно провести критический анализ возможных ограничений на примере: рисков утечки данных. Одним из основных рисков при внедрении единой цифровой платформы является утечка персональных данных. В случае с малым и средним бизнесом это может включать данные о финансовых операциях, корпоративных клиентах, а также о кредитной истории. По данным «Солара», объем утечек данных из банков по итогам 2024 г. составил 410 миллионов строк против 161 миллиона в 2023 г. [10].

Для минимизации этих рисков необходимо внедрение современных технологий защиты данных, таких как шифрование и биометрическая аутентификация, а также обеспечение строгого контроля за доступом к данным. Важным этапом является создание системы для регулярного аудита безопасности данных и внедрение протоколов для быстрого реагирования на возможные инциденты.

Еще одним барьером может стать сопротивление со стороны банков с меньшей долей рынка использовать данную платформу. Они могут опасаться, что автоматизация и интеграция данных в единую платформу усилит конкуренцию, особенно если крупные банки получат доступ к более точным и актуальным данным о МСБ, что приведет к замедлению общего процесса цифровизации банковского сектора. Для преодоления этого барьера потребуется формирование стимулов для таких банков, например, через субсидирование затрат на подключение к платформе или предоставление доступа к большему числу клиентов, что поможет им повысить конкурентоспособность.

Таким образом, при соблюдении принципов открытости и государственного управления, внедрение единой базы данных о субъектах МСП не только исключит угрозу монополизации, но и станет драйвером финансовой цифровизации, особенно в регионах.

Единая база непременно будет полезна по многим направлениям.

Для предпринимателей. Улучшение условий кредитования: банки смогут предлагать персонализированные условия кредитования, что снизит процентные ставки на 3-5%. Увеличение шансов на одобрение заявки: более точный анализ данных повысит вероятность одобрения заявок на 10%.

Для банков. Снижение операционных издержек: автоматизация процессов анализа данных сократит затраты на обработку заявок на 20-30%. Привлечение новых клиентов: более выгодные условия кредитования привлекут больше предпринимателей.

Для государства. Рост числа успешных предприятий: увеличение количества малых предприятий на 5% может привести к росту налоговых поступлений на 50-100 млн. рублей ежегодно. Цифровизация экономики: создание базы данных станет важным шагом в развитии цифровой экономики.

Реализация модели позволит увеличить число успешных МСП, повысить налоговые поступления, снизить ставки по кредитам и автоматизировать банковские процессы.

Цифровизация банковского сектора Москвы и области – это не просто технологический тренд, а стратегически важное направление развития. Интеграция инновационных решений, таких как «СберБаз», создает предпосылки для устойчивого экономического роста региона и повышения финансовой инклюзии.

Список использованных источников:

1. Демурчян Л. Р. Трансформация банковского сектора в условиях цифровизации // Инновации и инвестиции. – 2022. – №3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-bankovskogo-sektora-v-usloviyah-tsifrovizatsii

2. Рейтинг банков Москвы на 2025 год / Mainfin.ru. – URL: https://mainfin.ru/banki/rating/moskva

3. Центральный банк Российской Федерации. Статистика и отчёты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/

4. ГБУ «Малый бизнес Москвы». Исследование условий ведения бизнеса и настроений предпринимателей [Электронный ресурс]. – URL: https://ok.wciom.ru/keisy/keis/issledovanie-uslovii-vedenija-biznesa-i-nastroenii-predprinimatelei

5. U.S. Small Business Administration. Congressional Budget Justification and Annual Performance Report. – Washington, DC: SBA, 2024. – URL: https://www.sba.gov/document/report-congressional-budget-justification-annual-performance-report

6. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ "О персональных данных". URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/

7. Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ "О национальной платежной системе". URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_118559/

8. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 "О банках и банковской деятельности".URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12195

9. Минэкономразвития РФ. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/

10. Рейтинг банков Москвы на 2025 год / Mainfin.ru. – URL: https://mainfin.ru/banki/rating/moskva

11. Центральный банк Российской Федерации. Статистика и отчёты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/

12. Информационная безопасность в банках // TADVISER URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Информационная_безопасность_в_банках?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 11.05.2025).

© Бодрова А.В., Прошина А.Д., Джавадов Т.А., 2025

УДК 336.02

ВОПРОСЫ И СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В СЕВЕРО-КАВКАЗСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

Бондарева В.Г.

Научный руководитель Балаева Д.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова», Владикавказ

Актуальность использования специальных налоговых режимов остается высокой для среднего и малого бизнеса, а также для отдельных категорий предпринимателей. Внедрение и разработка этих режимов позволяет оптимизировать налоговую нагрузку, упростить учёт и сосредоточиться на развитии бизнеса. Помимо микроэкономических показателей также увеличивается уровень ВВП и сокращается уровень монополизации рынка, что способствует экономическому росту страны.

Упрощенная система налогообложения (УСН) – это один из специальных налоговых режимов. Спецрежимы подразумевают более низкую налоговую нагрузку и упрощенный формат отчетности наряду с ЕСНХ, патентом, НПД. Упрощенная система налогообложения регулируется главой 26.2 НК РФ [2].

Согласно Налоговому кодексу РФ налогоплательщиками УСН являются организации и индивидуальные предприниматели, добровольно перешедшие на этот спецрежим, при этом есть ряд ограничений, переход которых автоматически признает за вами статус налогоплательщика по общему режиму. К таким ограничениям относят: доход за 9 месяцев года, в котором уведомляется ИФНС о переходе, не должен быть больше 337,5 млн. рублей с учетом коэффициента-дефлятора; штат сотрудников не более 130 человек; при работе на УСН доходы ИП или компании за год не должны быть более 450 млн. руб.; остаточная стоимость амортизируемых ОС организации не может превышать 200 млн. руб.

Ваша деятельность не должна относиться согласно п. 3 ст. 346.12 НК к таким видам деятельности, как нотариус, ломбарды, банки, страховые компании и т.д. [5]. Налогоплательщики на УСН освобождаются от налогов,

уплачиваемых на общей системе налогообложения: налога на прибыль организаций, налога на имущество организаций, НДФЛ, уплачиваемого с доходов от предпринимательской деятельности ИП, налога на имущество физлиц, используемое в предпринимательской деятельности ИП. С 1 января 2025 года отменяется освобождение упрощенцев от НДС. Плательщиками НДС станут те из них, у кого доходы превышают 60 млн. руб.

Важной особенностью УСН является определение объекта налогообложения в зависимости от доли расходов над доходами.

Существенной чертой упрощенной системы налогообложения (УСН) является выбор объекта налогообложения, который зависит от соотношения расходов и доходов. «Доходы» обычно предпочитают индивидуальные предприниматели и организации с низкой долей расходов (менее 60%). В этом случае налог рассчитывается от общей суммы доходов, а понесенные затраты не учитываются при расчете налоговой базы.

Объект «доходы минус расходы» более выгоден для тех, у кого расходы составляют 60% и более от доходов. Здесь налогооблагаемой базой становится прибыль, полученная упрощенцем, то есть разница между доходами и произведенными затратами. При этом базовыми ставками являются 6%, при объекте налогообложения «доходы», 15% – при «доходы, уменьшенные на расходы». Далее приведены особенности ставок налогообложения в СКФО (табл. 1).

Таблица 1 – Налоговые ставки УСН по регионам СКФО.

Регион	«Доходы»	«Доходы, уменьшенные на расходы»
Республика Дагестан	1%	5%
Республика Ингушетия	2%	14,7%
Кабардино-Балкарская Республика	6%	12%
Карачаево-Черкесская Республика	6%	15%
Республика Северная Осетия – Алания	6%	15%
Чеченская Республика	1% (до 20 сотрудников), 2% (от 21 до 40 сотрудников), 6% (от 41 до 100 сотрудников)	5% (до 20 сотрудников), 7% (от 21 до 40 сотрудников), 15% (от 41 до 100 сотрудников)
Ставропольский край	6%	15%

Представленная таблица отражает налоговые ставки по упрощенной системе налогообложения в регионах Северо-Кавказского федерального округа. Анализ данных демонстрирует существенную дифференциацию налоговых ставок между субъектами. Наименьшие ставки налога при объекте налогообложения «Доходы» установлены в Республике Дагестан и составляют 1%, а также в Республике Ингушетия – 2%. Большинство регионов, включая Кабардино-Балкарскую Республику, Карачаево-Черкесскую Республику, Республику Северная Осетия-Алания и Ставропольский край, применяют максимальную ставку 6%.

При объекте налогообложения «Доходы, уменьшенные на расходы» наблюдается следующая картина: минимальная ставка установлена в Республике Дагестан – 5%, максимальная ставка 15% действует в большинстве субъектов округа. Промежуточные значения отмечаются в Кабардино-Балкарской Республике (12%) и Республике Ингушетия (14,7%).

Особый подход к налогообложению реализован в Чеченской Республике, где ставки дифференцированы в зависимости от численности сотрудников предприятия. Для малых предприятий с численностью до 20 сотрудников установлены минимальные ставки – 1% и 5% соответственно, с увеличением штата ставки повышаются до стандартных значений 6% и 15%. Важно упомянуть об авансовых платежах, которые уплачиваются ежеквартально, а итоговый налог – по окончании года.

Рассмотрим непосредственно анализ поступлений доходов от УСН в СКФО за 2022-2024 гг. (табл. 2).

Таблица 2 – Анализ динамики поступлений УСН в СКФО за 2022-2024 гг., тыс. руб.

Субъект РФ	2022	2023	2024	Отклонение	
				Абсол., тыс. руб.	Относ., %
Республика Дагестан	2 241 474	1 732 775	2 642 234	400 760	117,88%
Республика Ингушетия	278 369	243 901	373 289	94 920	134,10%
Кабардино-Балкарская Республика	1 430 415	1 561 053	2 107 679	677 264	147,35%
Карачаево-Черкесская Республика	1 166 072	1 279 831	1 868 629	702 557	160,25%
Республика Северная Осетия-Алания	1 712 207	1 881 655	2 386 193	673 986	139,36%
Чеченская Республика	1 154 859	1 633 209	2 889 980	1 735 121	250,25%
Ставропольский край	11 699 130	12 834 207	17 574 925	5 875 795	150,22%

Изучение изменений в налоговых поступлениях по упрощенной системе налогообложения (УСН) в Северо-Кавказском федеральном округе (СКФО) выявляет стабильный восходящий тренд. Наиболее существенное увеличение поступлений наблюдалось в Чеченской Республике, где процентное изменение достигло 250,25%, что эквивалентно приросту более 1,7 миллиарда рублей. Лидером по абсолютному увеличению является Ставропольский край с показателем 5,8 миллиардов рублей, что соответствует относительному росту в 150,22%. Наименьший относительный прирост среди регионов округа зафиксирован в Республике Дагестан – 117,88%.

Различия в поступлениях УСН между территориями характеризуются значительной неравномерностью внутри СКФО. Ставропольский край аккумулирует основную часть поступлений, превышающую суммарные показатели остальных субъектов округа. Карачаево-Черкесская Республика демонстрирует значительный относительный рост в 160,25%, занимая второе место по этому параметру. Кабардино-Балкарская Республика и Республика Северная Осетия-Алания показывают близкие темпы роста – 147,35% и 139,36% соответственно. Республика Ингушетия, несмотря на относительно высокий прирост в 134,10%, сохраняет минимальный абсолютный объем поступлений среди всех регионов округа.

В заключение, можно отметить, что динамика поступлений по УСН в СКФО демонстрирует в целом положительную направленность, однако выделяется существенной неоднородностью. Доминирующая роль Ставропольского края в формировании основной части поступлений подчеркивает его важное экономическое положение в округе. В то же время,

впечатляющий рост в Чеченской Республике указывает на положительные изменения в развитии сектора малого и среднего предпринимательства в регионе. Налоговая политика в рамках УСН в Северо-Кавказском федеральном округе представляет собой сложное переплетение различных подходов и экономических реалий. Региональные власти, устанавливая собственные налоговые ставки, стремятся найти баланс между стимулированием предпринимательской активности и обеспечением достаточного уровня поступлений в бюджет. Различия в ставках, особенно заметные в Чеченской Республике с ее дифференцированным подходом, отражают специфику каждого региона и направлены на поддержку наиболее уязвимых категорий бизнеса.

В заключение, стоит отметить, что упрощенная система налогообложения играет важную роль в развитии предпринимательства в Северо-Кавказском федеральном округе. Гибкий подход к установлению налоговых ставок, с учетом региональных особенностей, и положительная динамика поступлений по УСН создают основу для дальнейшего экономического роста и повышения благосостояния населения. Дальнейшее совершенствование налоговой политики, направленное на поддержку малого и среднего бизнеса, может стать ключевым фактором устойчивого развития всего округа.

Список использованных источников:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) от 31 июля 1998 года N 146-ФЗ.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2 (НК РФ ч.2) от 5 августа 2000 года N 117-ФЗ.

3. Агабекян О. В. Налоговая система Российской Федерации: учебник для вузов / О. В. Агабекян. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 404 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-21348-5. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 2 – URL: https://urait.ru/bcode/569766/p.2 (дата обращения: 11.05.2025).

4. Платформа поставки данных ФНС РОССИИ. URL: https://geochecki-vpd.nalog.gov.ru/self-employment

5. Поляк Г. Б. Специальные налоговые режимы: учебник и практикум для вузов / Г. Б. Поляк Е. Е. Смирнова; ответственный редактор Г. Б. Поляк. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 54 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-21272-3. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 2 – URL: https://urait.ru/bcode/569482/p.2 (дата обращения: 11.05.2025).

6. Единый портал бюджетной системы Российской Федерации. URL: https://www.budget.gov.ru/web/guest/Главная-страница

7. Официальный сайт Федеральной Налоговой службы. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn15/

© Бондарева В.Г., 2025

УДК 336.71

КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Борисов Ю.Д.
Научный руководитель Зернова Л.Е.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва

Кибербезопасность является одним из ключевых факторов успешного развития дистанционного банковского обслуживания (ДБО). В условиях цифровизации финансовых услуг возрастает необходимость в создании надежных механизмов защиты информации и предотвращении киберугроз.

Система кибербезопасности представляет собой комплекс мер, направленных на защиту информации и обеспечение бесперебойного функционирования банковских систем при дистанционном обслуживании. Основными компонентами данной системы являются технические средства защиты информации, процедуры управления доступом, методы аутентификации пользователей и системы мониторинга и реагирования на инциденты.

Современные парадигмы кибербезопасности в ДБО базируются на ряде принципов, таких как защита от несанкционированного доступа, обеспечение конфиденциальности данных, поддержание целостности информации и доступность сервисов для авторизованных пользователей.

Проблемы кибербезопасности в сфере ДБО являются одними из наиболее актуальных вопросов современной финансовой индустрии. ДБО предоставляет клиентам удобный доступ к банковским услугам через интернет, мобильные приложения и другие цифровые каналы, но одновременно создает уязвимости для киберпреступников.

Система ДБО подвержена различным видам угроз, как внешним, так и внутренним. Среди внешних угроз в сфере ДБО можно выделить хакерские атаки, фишинговые кампании, вредоносное ПО и социальную инженерию. К внутренним угрозам можно отнести человеческий фактор, утечки данных, несанкционированный доступ сотрудников и программные уязвимости.

Для устранения угроз безопасности в сфере ДБО применяется комплексная система защиты информации, которая включает многофакторную аутентификацию, шифрование данных при передаче, системы обнаружения вторжений, антивирусную защиту, регулярное обновление программного обеспечения и другое.

Сегодня ДБО представляет собой сервисы для персональных компьютеров и мобильных приложений. Все эти системы работают с

персональными данными клиентов, поэтому важно, чтобы эти данные хранились и обрабатывались безопасным образом.

Подобные системы представляют собой значительный шаг в развитии ДБО, однако они также сталкиваются с определенными проблемами. К основным факторам, сдерживающим развитие ДБО, можно отнести отсутствие доверия клиентов к технологиям ДБО из-за роста компьютерных атак на СЭБ и низкий уровень финансовой грамотности клиентов.

Развитие системы online-банков с возможностями совершения транзакционных операций и хранения денег в электронных кошельках, возникновение электронной коммерции, которая позволяет делать покупки, не выходя из дома, – все это используется хакерами для получения выгоды.

Основными схемами мошенничества продолжают оставаться телефонное мошенничество и фишинг. Уровень доверия, к сожалению, к таким звонкам высокий, фиксируется достаточно высокий уровень телефонного мошенничества в целом по стране [1].

За последние годы количество несанкционированных операций в сфере ДБО значительно возросло, статистика представлена на рис. 1.

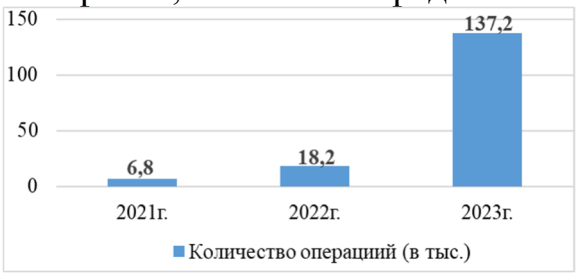


Рисунок 1 – Динамика количества несанкционированных операций через каналы ДБО

Наибольшие рост количества несанкционированных операций был отмечен в 2023г и составил более 137 тысяч операций, при этом объем хищения финансов соответственно составил 1,67 миллиардов рублей. Эти огромные суммы наносят непоправимый урон не только банковскому сектору, но и пагубно влияют на денежно-кредитную систему в целом [2].

Согласно статистике только за первые 10 месяцев 2024 года на банки зафиксировано 17000 атак, что на 17% больше числа атак в октябре 2023 года, Также стоит отметить увеличение количества атак с использованием ботов, в 2024 году их стало на 20% больше, по сравнению с прошлым годом. В 2024 году мошенники похитили со счетов россиян 27,5 миллиардов рублей [3]. Данная статистика показывает тревожную тенденцию роста кибератак на финансовый сектор, что требует усиления мер защиты и постоянного совершенствования систем безопасности дистанционных банковских услуг.

Согласно данным Центра мониторинга и реагирования на кибератаки RED Security SOC количество хакерских атак на российский финансовый сектор увеличилось за последний год более чем в два раза, в январе-марте 2025 года ежемесячно было отражено более 2 тысяч кибератак. При этом

более 13% атак были нацелены на ключевые банковские системы. Объектом данных атак были конфиденциальные данные клиентов и дестабилизация банковских бизнес-процессов.

Для решения проблем кибербезопасности в сфере ДБО необходимо применять комплексный подход, охватывающий технические, организационные и образовательные меры. Во-первых, необходимо принимать меры противодействия фишинговым атакам и DDoS-атакам, что подразумевает проведение обучения клиентов, проверку доменов, использование SSL/TLS (шифрование трафика) и другое. Во-вторых, необходимо устранить уязвимость в мобильных и веб-приложениях, а именно регулярно проводить тестирование безопасности, обновлять программное обеспечение (ПО) и использовать защищенные библиотеки. В-третьих, необходимо принимать меры по защите двухфакторной аутентификации (2FA), а именно внедрение новых стандартов безопасной аутентификации и проводить мониторинг подозрительных действий. В-четвертых, нужно проводить контроль внутренних угроз, в том числе разделение прав доступа сотрудников к данным клиентов и мониторинг их действий. В-пятых, нужно предпринимать меры, направленные на повышение осведомленности пользователей, а именно регулярные рассылки с советами по безопасности, использованием интерактивных материалов и создание каналов для быстрой помощи клиентам. В-шестых, нужно предпринимать меры, направленные на снижение влияния человеческого фактора, которые предполагают проведение регулярных тренингов по кибербезопасности, разработку инструкций и минимизацию ручного вмешательства.

Приведенный выше перечень мер не является исчерпывающим, потому как требуется разработать еще ряд различных мер, например по противодействию глобальным угрозам, улучшению процессов аналитики и мониторинга и пр. [4].

Решение проблем кибербезопасности в ДБО требует постоянного совершенствования технологий, процессов и культуры безопасности. Банки должны быть готовы адаптироваться к новым угрозам и внедрять передовые практики для защиты своих клиентов и данных.

Перспективными направлениями защиты в сфере ДБО должны стать искусственный интеллект для выявления угроз, мониторинг сетевой активности, биометрическая аутентификация и квантовые технологии шифрования.

В заключении стоит отметить, что кибербезопасность является критически важным аспектом развития ДБО. Эффективная система защиты требует комплексного подхода, включающего технические, организационные и правовые меры. С каждый годом появляется все больше угроз безопасности, различных типов и способов атак. Постоянное совершенствование механизмов защиты и адаптация к новым угрозам

являются ключевыми факторами успешного функционирования ДБО в современных условиях.

Список использованных источников:

1. Шельменков В. Н. Информационная безопасность в дистанционном банковском обслуживании // Труды Института государства и права РАН. 2020. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-bezopasnost-v-distantsionnom-bankovskom-obsluzhivanii (дата обращения: 24.04.2025). – с. 189-194.

2. Александрова Т.Д. Методы и инструменты антикризисного регулирования банковской деятельности / Т.Д. Александрова, М.К. Чистякова // В сборнике: Финансовая грамотность, финансовая безопасность и финансовая стабильность. материалы всероссийской (национальной) конференции. – Орел, 2021. – с.35-41

3. РБК. Новости, аналитика, прогнозы. [Электронный ресурс]. URL: https://www.rbc.ru/finances/18/02/2025/67b489749a794780d1527516?ysclid=ma0u0w2t1371871207 (дата обращения 21.04.2025)

4. Ларионова, С.Л. Информационная безопасность дистанционного банковского обслуживания: учебное пособие / С. Л. Ларионова. – Москва: Прометей, 2022. – 296 с.

© Борисов Ю.Д., 2025

УДК 336.7

ФОРМЫ ДИСТАНЦИОННЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Борисов Ю.Д., Зернова Л.Е.

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

В современных условиях удаленное обслуживание охватывает практически все важнейшие аспекты банковской сферы. Выступая нетрадиционным каналом предоставления банковских продуктов и услуг, данный вид обслуживания постоянно дополняется новыми функциями, подстраиваясь под запросы и требования клиентов [1, 2, 6, 7].

В связи с этим нами были рассмотрены и проанализированы классификационные признаки удаленного обслуживания в банке, которые представлены ниже [1, с.160].

Рассмотрим каждый классификационный признак удалённого банковского обслуживания по отдельности.

Дистанционное банковское обслуживание можно разделить по клиентскому сегменту на следующие категории. Розничный банкинг – сервис, направленный на обслуживание физических лиц [3, 4, 5].

Корпоративный банкинг – сервис, ориентированный на проведение операций юридических лиц

По характеру предоставления банковских услуг различают следующие виды обслуживания: информационная система дистанционного банковского обслуживания – система, позволяющая клиенту получать информацию о предоставляемых банком продуктах; коммуникационная система дистанционного банковского обслуживания – система, предполагающая двухсторонний обмен информацией между клиентом и банком с помощью электронных каналов связи; операционная система дистанционного банковского обслуживания – система, подразумевающая реализацию операций с использованием денежных средств.

По технологии предоставления банковских услуг система цифрового банковского обслуживания включает в себя: терминальный-банкинг − система совершения банковских операций посредством терминалов самообслуживания; телефонный-банкинг – система оказания дистанционных услуг благодаря телефонному подключению; мобильный-банкинг – это система удаленного банковского обслуживания с помощью мобильного устройства; интернет-банкинг − это предоставление клиентам различных банковских услуг через сеть Интернет с помощью специального программно-аппаратного комплекса. В широком смысле под интернет-банкингом понимаются самые разнообразные системы, начиная от обычных web-страниц банков и заканчивая сложными виртуальными платежными сервисами.

По принципу работы система дистанционного банковского обслуживания подразделяется на осуществление операций в режиме онлайн и оффлайн, которые подразумевают под собой отсутствие или наличие определенного временного интервала между поручением клиента о совершении той или иной операции, соответственно. Обслуживание клиента онлайн полностью автоматизировано и не предполагает участия сотрудников банка при осуществлении мероприятий. Обслуживание в режиме оффлайн, может быть полностью роботизировано.

Разработка и внедрение системы дистанционного банковского обслуживания характеризуются значительными затратами временного и организационного характера. Эти обстоятельства определяют возможность заимствования системы цифровых сервисов у другой компании. На практике, приобретение готовых систем удаленного обслуживания характерно для малых и средних банков, предполагающих получить не только готовые, но и адаптированные к конкретным условиям технологические разработки. Крупные же финансовые организации, в большинстве случаев, создают и внедряют свои собственные системы цифровых сервисов дистанционного банковского обслуживания.

Результатом диверсификации деятельности институтов и организаций в банковской сфере стало проникновение так называемых нефинансовых

организаций. В результате чего возникает необходимость классификации цифровых систем дистанционного обслуживания по оператору предоставления услуг на банковские и небанковские. Со временем функционал со стороны небанковских услуг будет только увеличиваться, а их активное влияние на области традиционной банковской деятельности уже сейчас расценивается как одна из тенденций развития финансового рынка.

В России 74% пользователей интернета используют хотя бы один из сервисов дистанционного банковского обслуживания. На сегодняшний день самыми популярными операциями, совершаемыми на базе цифровых систем дистанционного банковского обслуживания, являются перевод денежных средств; оплата услуг; контроль расходов; накопление денежных средств; закрытие текущих продуктов; открытие новых продуктов; обмен валюты.

Перевод денежных средств на протяжении нескольких лет является самой востребованной услугой среди клиентов. Динамика безналичных переводов за 2022-2024 год представлена на рис. 1.

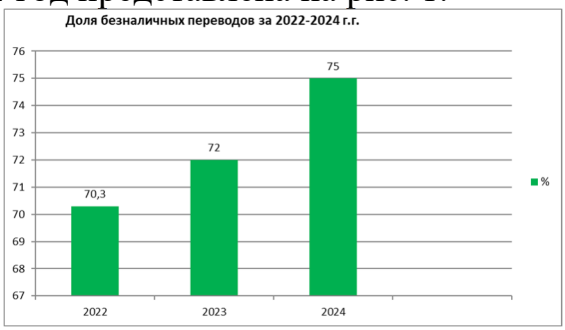


Рисунок 1 – Доля переводов денежных средств за 2022-2024 гг., %

В заключение следует отметить, что дистанционный-банкинг крайне мобилен, а стремительное развитие и разнообразие новых услуг и способов их оказания, особенно в условиях конкурентной среды, будут внедрять в жизнь все более технологичные формы их реализации.

Список использованных источников:

1. Бурмистрова П.Д., Шаталова Е.П. Дистанционное банковское обслуживание как средство модернизации банковских услуг / Финансы и банковское дело. 2018. – С. 159-163;

2. Швецова Е.Э. История развития дистанционного обслуживания в коммерческих банках России // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2022» - 2022. –с.. 219-222.

3. Зернова Л.Е. Сущность, роль и классификация банковских карт в системе дистанционного обслуживания // Сборник научных трудов кафедры коммерции и сервиса «Актуальные вопросы экономики, коммерции и сервиса» - 2022. - с. 38-42.

4. Зернова Л.Е. Совершенствование организации обслуживания клиентов – физических лиц с использованием банковских карт и дистанционных технологий // Сборник научных трудов по итогам проведения круглого стола «Тенденции и тренды в сфере бизнес-аналитики» - 2022. - с. 50-56.

5. Ломов А.П., Зернова Л.Е. Организация информационной безопасности биометрических данных клиентов банковской системы // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2022)» - 2022. С. 117-123

6. Рагимова Р.И. Перспективы дистанционного обслуживания физических лиц в России // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2021)» - 2021 - с. 174-178.

7. Рагимова Р.И. Современные тренды дистанционных банковских технологий по обслуживанию клиентов – физических лиц // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2020)» - 2020. - с. 4-7

© Борисов Ю.Д., Зернова Л.Е., 2025

УДК 330.1

ВЛИЯНИЕ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ НА ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК

Боркова К.А.

Научный руководитель Бочкова М.В.

Нижегородский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Нижний Новгород

Глобальные цепочки поставок (ГЦП) стали неотъемлемой частью современной мировой экономики, обеспечивая доступность товаров и услуг по конкурентным ценам. Оптимизация ГЦП, основанная на принципах специализации и географического разделения труда, позволила значительно снизить издержки производства и повысить эффективность. Однако эта сложная и взаимосвязанная система крайне уязвима перед различными внешними факторами.

В последние годы геополитическая напряженность стала одним из ключевых факторов, нарушающих стабильность этих цепочек, делая их всё

более уязвимыми. Торговые войны, санкции, контрсанкции, политические конфликты приводят к изменению устоявшихся торговых путей, увеличению затрат, повышению рисков для компаний и неопределенности для бизнеса.

Одним из наиболее ощутимых проявлений геополитической напряженности является развязывание торговых войн и введение взаимных тарифов [3]. Когда страны вводят тарифы на импорт ключевых товаров друг друга, включая высокотехнологичное оборудование и продовольствие. Это напрямую повышает стоимость этих товаров для потребителей и предприятий. Торговые войны также усугубляют нестабильность глобальных цепочек поставок, приводя к существенному увеличению затрат, что неизбежно снижает прибыльность предприятий и создает предпосылки для инфляционного давления. Непредсказуемость тарифной политики и внезапные изменения в международной обстановке делают долгосрочное планирование практически невозможным, подрывая уверенность бизнеса и требуя от компаний адаптации к постоянно меняющимся условиям [4]. Это, в свою очередь, негативно сказывается на экономическом росте стран, вовлеченных в конфликт, и может спровоцировать волновой эффект, затронув всю мировую экономику.

Ярким примером является торговая война между США и Китаем. Торговые войны США и Китая, начавшиеся с приходом к власти Дональда Трампа, характеризовалась взаимными обвинениями и претензиями, в первую очередь, касающимися огромного торгового дефицита США с Китаем и кражи интеллектуальной собственности. США ввели тарифы на сотни миллиардов долларов на импорт китайских товаров, включая солнечные батареи и бытовую технику [1]. Китай ответил зеркальными мерами, обложив пошлинами импорт из США. Обмен санкциями продолжается, с последними ограничениями Китая на экспорт галлия и германия, важных для производства полупроводников. Эксперты считают это ответом КНР на введенные США ограничения на ввоз высоких технологий [1, 7].

С новым президентским сроком Трампа тарифная политика в отношении Китая вновь ужесточилась. Конфликт развернулся стремительно, с повышения США тарифов до 34% и предупреждением о дополнительных мерах в случае ответных действий, на что Пекин ответил введением «взаимных пошлин». Несмотря на это, Китай сохраняет значительное положительное торговое сальдо с США (рис. 1). Аналитики считают, что истинная причина такого шага – попытка США остановить глобальное распространение цифрового юаня, который угрожает доминированию доллара и системы SWIFT в международных расчётах.

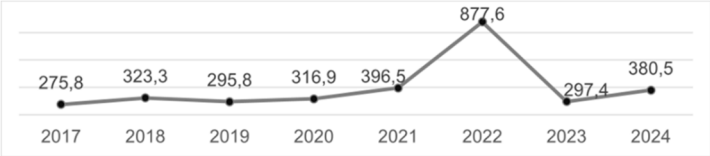


Рисунок 1 – Положительное сальдо торгового баланса Китая и США за 2017-2024 гг. [7]

Нарастающая напряженность в торговых отношениях и рост торговых барьеров в действительности негативно сказываются на состоянии торговли всех стран, независимо от уровня их экономического развития, подрывает доверие предпринимателей и потребителей к устойчивости мировой торговой системы [3].

Санкции представляют собой мощный инструмент, который страны используют для продвижения своих политических целей, часто в ущерб глобальным цепочкам поставок. Когда страна или группа стран вводит санкции против другой страны, это обычно означает ограничения на торговлю, инвестиции, финансовые операции и доступ к определенным технологиям.

Санкции зачастую ограничивают доступ к важным ресурсам, компонентам и товарам из стран, попавших под санкции, вызывая дефицит, рост цен и задержки. Страны, подверженные санкциям, сталкиваются с оттоком инвестиций, так как неопределенность отпугивает инвесторов, заставляя компании переносить производство в более стабильные регионы [4]. Санкции не ограничивается только страной-целью, влияя на смежные отрасли по всему миру. Более того, ограничения на доступ к технологиям из стран, находящихся под санкциями, замедляют инновации и разработку новых продуктов, сдерживая технологический прогресс. Примером являются санкции, введенные против России после аннексии Крыма в 2014 году. Эти ограничения были значительно усилены после начала Специальной военной операции в 2022 году, что оказало существенное воздействие на мировую торговлю и логистику, повлияв на экспорт энергоресурсов и сельскохозяйственной продукции.

16 пакетов (более 28595 санкций) – широкий спектр отраслей, включая энергетику (ограничения на экспорт нефти и газа, запрет на инвестиции), финансы (запрет на доступ к международным капиталам, отключение от системы SWIFT, заморозка активов Центрального банка России и крупных корпораций), технологии (ограничения на поставку высокотехнологичного оборудования, включая микрочипы, телекоммуникационное оборудование и программное обеспечение), сельское хозяйство (влияние контрсанкций на импорт продовольствия) [5].

Введенные ограничения оказали немалое влияние на российскую внешнюю торговлю. Экспорт энергоносителей и высокотехнологичной продукции столкнулся с трудностями, вынуждая искать альтернативные

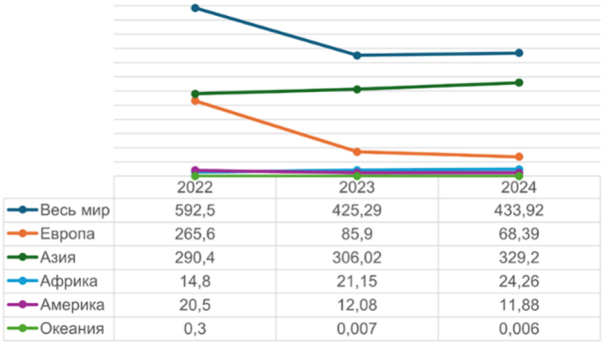
рынки сбыта, что привело к снижению доходов и конкурентоспособности (рис. 2).



Рисунок 2 – Внешняя торговля России за 2019-2024 гг., млн долларов США [6]

В то же время, финансовые санкции и технологические ограничения осложнили импорт, спровоцировав задержки и рост цен. В результате произошла переориентация торговых потоков в сторону Китая и Индии (рис. 3), общее снижение объемов внешней торговли и смещение структуры в сторону сырьевых товаров.

В ответ на санкции страны нередко прибегают к контрсанкциям – мерам, направленным на минимизацию собственного ущерба и нанесение экономического урона инициаторам санкций. Контрсанкции часто включают ограничения на экспорт критически важных товаров, запрет на импорт из стран-инициаторов санкций или протекционистские меры для поддержки внутреннего рынка.



	2022	2023	2024
Весь мир	592,5	425,29	433,92
Европа	265,6	85,9	68,39
Азия	290,4	306,02	329,2
Африка	14,8	21,15	24,26
Америка	20,5	12,08	11,88
Океания	0,3	0,007	0,006

Рисунок 3 – Внешняя торговля России по частям света за 2022-2024 гг. [2, 6]

Так, например, в 2014 году, после первых санкций из-за Крыма, Россия запретила импорт сельскохозяйственной продукции из ЕС, США и Канады. Это привело к росту цен на продукты внутри страны, но одновременно стимулировало развитие собственного сельского хозяйства [2]. К 2020 году Россия стала одним из крупнейших экспортеров пшеницы в мире. В 2022 году Россия обязала страны, которые она классифицировала как «недружественные», оплачивать газ в рублях. Это укрепило курс национальной валюты и усложнило расчеты для европейских партнеров. В 2022-2023 годах Россия сократила поставки газа в Европу через газопровод «Северный поток» и ввела ограничения на экспорт редкоземельных металлов, необходимых для производства электроники и зеленых технологий. Это создало проблемы для европейских производителей,

зависящих от российского сырья. Или, например, Китай, который в 2023 году, в ответ на ограничения США на поставку полупроводников, ввел запрет на экспорт галлия и германия – ключевых материалов для производства микрочипов и солнечных панелей. Учитывая, что Китай контролирует около 80% мирового рынка этих ресурсов, это решение вызвало серьезные трудности для американских и европейских компаний, вынудив их искать альтернативные источники поставок [1].

Политические конфликты, от локальных столкновений до масштабных вооруженных конфликтов, часто приводят к разрыву торговых отношений, введению санкций и ограничению доступа к ресурсам. Это оказывает разрушительное воздействие на глобальные цепочки поставок, блокируя транспортные маршруты и создавая нестабильность в ключевых регионах мировой торговли [4].

Одним из самых ярких примеров является конфликт России с Украине, начавшаяся в 2022 году. Геополитическая напряженность, особенно в контексте отношений между Российской Федерацией и странами Запада, существенно влияет на глобальные цепочки поставок. Санкции против России показали, что их последствия выходят далеко за пределы целевой страны. Ограничения на экспорт российского газа привели к росту цен на энергоносители в Европе, усилили инфляцию и нарушили работу глобальных цепочек поставок. Например, цены на газ для промышленности в Германии, в 2022-2023 годах выросли в три раза, подрывая конкурентоспособность европейских компаний. Компании, зависящие от дешевых российских энергоносителей, были вынуждены искать альтернативные источники, например, в Норвегии или США, что увеличило транспортные расходы и замедлило производство. Помимо этого, Россия является поставщиком значительной доли мирового никеля, алюминия и палладия – материалов, критически важных для автомобильной и электронной промышленности [3]. Ограничения вынудили производителей, таких как Volkswagen или Tesla, искать новых поставщиков в Австралии или Канаде, что привело к задержкам в поставках и росту цен на конечную продукцию, включая автомобили и электронику. Также дефицит российских удобрений (Россия обеспечивает около 20% мирового рынка калийных удобрений) спровоцировал рост цен на продовольствие в Африке и Латинской Америке, где аграрный сектор сильно зависит от импорта.

Примером, также является инцидент с блокировкой Суэцкого канала в 2021 году, когда один контейнеровоз на неделю остановил движение, показал, насколько хрупки глобальные цепочки поставок.

Геополитическая напряженность оказывает глубокое и многогранное влияние на глобальные цепочки поставок. Такие факторы, как торговые войны, санкции и политические конфликты создают значительные риски и уязвимости для глобальных цепочек поставок. Они нарушают устоявшиеся логистические маршруты, ограничивают доступ к ресурсам, повышают

транзакционные издержки, стимулируют политическую неопределенность и, как следствие, приводят к росту затрат, задержкам в поставках, перебоям в производстве и необходимости диверсификации поставщиков. Стабилизация глобальных цепочек поставок требует международного сотрудничества. Усилия стран по снижению геополитической напряженности и укреплению торговых связей могут создать более надежную основу для мировой экономики.

Список использованных источников:

1. За кулисами тарифной войны США и Китая // Валдай : [сайт]. – URL: https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/za-kulisami-tarifnoy-voyny-ssha-i-kitaya/?ysclid=ma0thtlvq1221988302 (дата обращения: 26.04.2025)

2. Итоги внешней торговли со странами ЕАЭС // Федеральная таможенная служба : [сайт]. – URL: https://customs.gov.ru/folder/509 (дата обращения: 26.04.2025).

3. Кузнецова, Г. В. Международная торговля товарами и услугами : учебник и практикум для вузов / Г. В. Кузнецова, Г. В. Подбиралина. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 792 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-18673-4. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 595 – URL: https://urait.ru/bcode/567512/p.595 (дата обращения: 19.04.2025).

4. Мировая экономика в 2 ч. Часть 1. : учебник для вузов / под редакцией Р. И. Хасбулатова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 689 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11204-7. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 280 – URL: https://urait.ru/bcode/566147/p.280 (дата обращения: 19.04.2025).

5. Путин назвал число санкций, введенных против России // РИА НОВОСТИ: [сайт]. – URL: https://ria.ru/20250318/putin-2005735698.html (дата обращения: 26.04.2025).

6. Статистика внешнего сектора // Банк России : [сайт]. – URL: https://cbr.ru/statistics/macro_itm/external_sector/ets/ (дата обращения: 20.04.2025).

7. Merchandise trade balance in China from 2014 to 2024 // statista : [сайт]. – URL: https://www.statista.com/statistics/263632/trade-balance-of-china/ (дата обращения: 20.04.2025)

© Боркова К.А., 2025

УДК 330.8

ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Будяк Ю.Д., Бурденко Е.В.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Москва

В современной экономике наблюдается устойчивая тенденция смещения фокуса с материальных благ и стандартных услуг на эмоциональные и сенсорные переживания потребителей. Для обозначения данной трансформации используется понятие «экономика впечатлений», в которой основную ценность представляет не сам объект потребления, а опыт, сопровождающий покупателя в момент приобретения. Привычные экономические предложения, такие как сырье, товар и услуга постепенно теряют свою значимость и конкурентоспособность, а на их смену приходит новое экономическое предложение – впечатление [3]. Ключевую роль здесь играют эмоции и ощущения, которые проживает человек в момент приобретения блага или получения услуги, и после нее. В последнее время экономика впечатлений становится двигателем развития внутреннего туризма в России. Традиционные туристские услуги постепенно уступают место более уникальным, эмоционально глубоким предложениям, которые способны вызвать определенные эмоции у туристов [1]. Экономика впечатлений основана на создании и продаже уникального опыта, который выходит за рамки стандартного сервисного обслуживания. Такой подход позволяет не только привлекать туристов, но и формировать устойчивый спрос на туризм в регионах России, способствовать сохранению культурного и природного наследия, а также стимулировать развитие локальной экономики.

В данной статье рассматриваются концепция экономики впечатлений и ее влияние на развитие регионального туризма, меры государственной поддержки туризма, а также примеры успешных инициатив, реализованных в Мурманской области. Проведен анализ влияния такого экономического предложения, как впечатление на экономический рост и устойчивое развитие туризма в регионах, а также какие вызовы стоят перед отраслью в современных условиях.

Туризм рассматривается как одна из наиболее динамично развивающихся отраслей, демонстрирующая высокую степень интеграции с принципами экономики впечатлений. Туристский рынок ежегодно демонстрирует прирост показателей дохода и увеличение туристского потока. Согласно официальной статистике, внутренний туризм в России продемонстрировал рост: с 78 млн. поездок в 2023 году до рекордных 92

млн. в 2024 году, что свидетельствует о возросшем интересе к туристическим продуктам, соответствующим концепции экономики впечатлений [4]. Одной из причин такого роста является соответствие туристского продукта ценностям экономики впечатлений, которая поспособствовала переосмыслению понятия туристского продукта. Поэтому сегодня путешественники стремятся не просто посетить новые места, но и получить спектр эмоциональных впечатлений. Вместо стандартных экскурсий организаторы туризма делают акцент на культурных, природных, исторических и других особенностях конкретного региона и предлагают тематические маршруты, мастер-классы и аутентичные мероприятия, где каждый турист становится непосредственным участником событий.

На туристском рынке появляется все больше уникальных предложений, отличающихся по своей специфике в зависимости от особенностей конкретного региона. Около 30% составил прирост показателей по внутреннего туризму в республике Коми, Мурманской области и республике Тыва [5]. Рост связан с развитием тематических мероприятий и культурной активности, а также созданием локальных брендов впечатлений и усилением событийной повестки в регионах. Можно выделить несколько основных особенностей экономики впечатлений, используемых при создании туристского продукта:

Персонализация услуг. Туристы ожидают индивидуального подхода, при котором учитываются их интересы и жизненные ценности.

Сенсорное воздействие. Создание впечатлений происходит через вовлечение различных видов чувств: визуального, слухового, тактильного и эмоционального.

Интеграция культурных и природных ресурсов. Региональные особенности, уникальные ландшафты и культурное наследие превращаются в активы, привлекающие туристов.

Сочетание реального и виртуального опыта. Цифровые технологии усиливают эффект реального пребывания при помощи виртуальных экскурсий, интерактивных сервисов и искусственного интеллекта.

Трансформация туристического продукта приводит к возникновению нового рынка, где туристский опыт становится конкурентным преимуществом, а экономический эффект измеряется не только прямыми доходами, но и долгосрочным имиджем региона.

Одним из примеров современного туристского продукта, основанного на принципах экономики впечатлений и «эмоционального туризма», является Мурманская область. В последние насколько лет данный регион предлагает уникальные туристические маршруты и становится ярким примером внедрения экономики впечатлений в региональный туризм. Туристические предложения, ориентированные на наблюдение за северным сиянием или фотоохотой за китами, привлекают путешественников,

выбирающих не просто отдых, но и возможность получить новые впечатления.

Особое место в этом контексте занимает проект «Aurora Village» [9], который обеспечивает комфортное проживание в уникальных стеклянных домиках под открытым небом. Такие объекты позволяют туристам буквально «спать под звёздами», наблюдая северное сияние сквозь прозрачную крышу. Проект «Китовый берег» [10] позиционирует себя как круглогодичный арктик-отель на берегу Баренцева моря, где можно насладиться единением с природой, выйти на рыбалку в открытое море или подплыть вплотную к китам. Такие предложения выступают источником получения сильных впечатлений и являются особым пространством, где человек хочет провести своё время, может чему-то научиться и наслаждается процессом и окружающей его обстановкой. Данное сочетание делает тур особенным и неповторимым для каждого участника и становится уникальным источником получения впечатления.

Развитие туризма в Мурманской области и позитивное влияние внедрения элементов экономики впечатлений отражается в высокой заинтересованности не только со стороны жителей России, но и иностранных туристов. По данным Мурманскстата и внутреннего мониторинга, турпоток в Мурманскую область в 2023 году составил 670 тысяч человек, что на 24% выше турпотока 2022 года. А в 2024 году этот показатель возрос до 736 тыс. человек. Из них более 30 тысяч иностранных туристов посетили регион, что составило около 4% от общего турпотока в Мурманскую область. В числе самых популярных направлений первый замглавы региона отметила Териберку, Кировск и Мурманск. За 5 лет объем платных услуг в сфере туризма составил 19,5 млрд. рублей. Траты визитеров выросли на 13% в 2023 году и составили 15,5 млрд. рублей. «В 2024 году удалось реализовать 13 туристических проектов, создать 41 рабочее место и 22 объекта коллективного размещения» [7, 8]. Также Мурманская область в рамках стратегического плана «На Севере – жить» активно развивает событийный туризм, способствующий увеличению туристического потока. Ключевыми событиями являются фестивали, такие как «Териберка», «Имандра» и «Gastro Industry Fest», которые привлекают туристов уникальной северной культурой. Инновационные решения и высокая степень персонализации делают арктический регион привлекательным для широкой аудитории, способствуя притоку туристов и развитию местной экономики.

Актуальность вопроса развития туризма в России также подтверждается активной поддержкой данного направления со стороны государства. Развитие традиционного и инновационного туризма в России сопровождается масштабными государственными программами. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», реализуемый с 2021 года, и его обновленная версия, действие которой продлится до 2030

года, способствует расширению туристской инфраструктуры, модернизации сервисов и созданию новых туристических маршрутов [2]. Этому способствуют выделяемые государственные субсидии, а также инвестиции частного сектора. Целевыми показателями реализации проекта является увеличение доли туризма в ВВП страны к 2030 г. до 5% и рост числа туристских поездок по России до 140 млн. [6]. Созданные особые экономические зоны туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) также привлекают инвестиции в туризм и рекреацию в регионах. Благодаря данному решению в регионах с высоким потенциалом развития туризма создаются и реконструируются объекты туристской инфраструктуры, создаются новые туристские продукты и развиваются новые направления туризма, а также создаются рабочие места. К ОЭЗ ТРТ в России относятся «Байкальская гавань», «Бирюзовая Катунь», «Завидово», «Ворота Байкала», «Архыз» и другие.

Несмотря на позитивные тенденции и возросший интерес к регионам со стороны путешественников, туристский рынок сталкивается с рядом проблем и вызовов, обусловленных как внутренними, так и внешними факторами. К основных проблемам можно отнести все еще существующие инфраструктурные ограничения. В некоторых регионах наблюдаются проблемы с туристской инфраструктурой, что препятствует возможности более массового туристического потока. Также дефицит квалифицированных кадров и ограниченный приток специалистов в сфере туризме ведет к снижению качества оказываемых услуг. При этом перспективы развития регионального туризма весьма оптимистичны. Правительственная поддержка, активные инвестиции и создание инновационных проектов создают условия для дальнейшего роста внутреннего туризма. Преодоление существующих проблем требует комплексного подхода, включающего модернизацию инфраструктуры, повышение квалификации работников и создание благоприятного инвестиционного климата.

Экономика впечатлений демонстрирует, как эмоциональный и культурный капитал становится мощным драйвером развития регионального туризма. Внедрение инновационных подходов и персонализированных туристических услуг позволяют не только привлекать новых посетителей, но и формировать устойчивый спрос, способствуя экономическому росту регионов. Государственная поддержка создает базу для устойчивого развития туризма, а экономика впечатлений способствует наращиванию туристского потенциала, открывая новые горизонты для регионального туризма.

Проведенное исследование показало, что следование принципам концепции экономики впечатлений является инструментом для достижения конкурентных преимуществ и задает основные направления развития туристского рынка. Неповторимый клиентский опыт и установление с

туристами эмоциональной связи напрямую влияют на их интерес и удовлетворенность. Данная взаимосвязь позволяет организаторам туризма укрепить позиции на рынке, ведет к росту турпотока и увеличению доходов. Применение концепции экономики впечатлений для развития регионального туризма является стратегически важным для России. Реализация инновационных проектов позволит не только повысить привлекательность регионов, но и стимулировать экономический рост.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 года №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/

2. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года №2129-р) URL: http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf

3. Gilmore J. H., Pine B. J. The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage. – Boston : Harvard Business Review Press, 1999. – 254 p.

4. Кузнецов Д. Внутренний турпоток в России в 2024 году достиг исторического максимума / Д. Кузнецов // Ведомости. – 2025. – 19 января. – URL: https://www.vedomosti.ru/analytics/krupnyy_plan/articles/2025/01/19/1087103-vnutrennii-turpotok-v-rossii-v-2024-godu-dostig-istoricheskogo-maksimuma (дата обращения: 27.04.2025).

5. В РСТ подвели итоги 2024 года по внутреннему туризму // RST. – 2024. – URL: https://rst.ru/novosti/novosti-turizma/v-rst-podveli-itogi-2024-goda-po-vnutrennemu-turizmu.html (дата обращения: 27.04.2025).

6. Внутренний туризм – новая идея развития бизнеса и интересов россиян // КСП Капитал. – 2024. – URL: https://kspcapital-am.ru/about/analytics/another/vnutrenniy-turizm-novaya-ideya-razvitiya-biznesa-i-interesov-rossiyan/ (дата обращения: 27.04.2025).

7. Мурманская область приняла 736 тыс. туристов в 2024 году // РБК. – 2025. – URL: https://murmansk.rbc.ru/murmansk/31/01/2025/679cac6e9a79470732459348 (дата обращения: 27.04.2025).

8. Рекордный турпоток в Мурманской области: итоги 2024 года и планы на 2025 год // Правительство Мурманской области. – 2025. – URL: https://gov-murman.ru/info/news/540389/ (дата обращения: 27.04.2025).

9. https://auroravillage.info/ru/gallery/

10. Круглогодичный арктик-отель «Китовый берег», официальный сайт: https://kitovybereg.ru/

© Будяк Ю.Д., Бурденко Е.В., 2025

УДК 338

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Буторина Л.Р., Киршина Н.П.
Нижегородский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Нижний Новгород

Современная экономика развивается в условиях высокой нестабильности, вызванной колебаниями цен на сырьевые ресурсы, международными санкциями и глобальными технологическими преобразованиями, включая цифровизацию и переход к «зеленой» экономике. Эти факторы требуют от государственных органов оперативного учета широкого спектра переменных для построения точных прогнозов и принятия эффективных решений. В условиях ограничения традиционных методов прогнозирования, неспособных обеспечить необходимую гибкость и полноту информации, технологии искусственного интеллекта (ИИ) открывают новые возможности для повышения качества и скорости государственно-экономического прогнозирования.

Цель исследования заключается в разработке концептуальной модели к использованию технологий ИИ для повышения эффективности государственного прогнозирования и социально-экономического развития. Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи: проанализировать существующие подходы к использованию ИИ в государственном прогнозировании и выявить их ограничения; рассмотреть примеры применения ИИ в российской практике, оценить динамику развития ИИ; разработать концептуальную модель интеграции ИИ в систему прогнозирования социально-экономического развития.

Современные технологии ИИ, такие как машинное обучение (ML), глубокое обучение (DL) и обработка естественного языка (NLP), представляют собой мощные инструменты для обработки больших массивов данных, выявления закономерностей и построения прогнозных моделей. Эти технологии способны учитывать широкий спектр факторов, что позволяет создавать более точные и гибкие прогнозы в следующих ключевых областях государственного прогнозирования. Макроэкономическое прогнозирование: системы машинного обучения активно применяются для прогнозирования таких макроэкономических показателей, как инфляция, валютные курсы и экономический рост. Примером является использование ИИ в Центральном банке РФ для прогнозирования инфляции, что позволило повысить точность прогнозов до

95% [1]. Анализ общественного мнения и социальных рисков: применение технологий NLP для мониторинга настроений населения на основе данных из социальных сетей и новостных источников позволяет прогнозировать возможные социальные кризисы или изменения в политической ситуации. Региональное планирование и ресурсообеспечение: использование нейросетевых моделей для анализа данных о региональном развитии, таких как уровень безработицы, социальная напряженность и потребности в инфраструктуре, помогает вырабатывать более эффективные решения на уровне муниципалитетов и региональных властей.

Текущие подходы к применению ИИ в государственном прогнозировании сталкиваются с несколькими проблемами, которые ограничивают их потенциал. Во-первых, это технологические проблемы, где в настоящее время нет единой платформы для обработки данных на уровне всех государственных органов. Это затрудняет интеграцию и использование алгоритмов машинного обучения в различных ведомствах. Более того, качество данных, доступных для анализа, остается низким, что отрицательно сказывается на точности прогнозов. Во-вторых, важными остаются организационные проблемы. Для разработки и внедрения сложных моделей ИИ требуется квалифицированный кадровый состав, который в настоящее время является дефицитным. Существует сопротивление внедрению новых технологий со стороны некоторых государственных органов, что препятствует быстрой адаптации и внедрению ИИ.

Кроме того, важно соблюдать правила прозрачности и объяснимости решений, принимаемых с помощью искусственного интеллекта, чтобы соответствовать требованиям действующего законодательства. А также отсутствие стандартов для регламентации применения ИИ в государственном управлении может привести к искажениям в прогнозах, особенно если алгоритмы используют некорректные или неполные данные.

Современные системы государственного управления и экономического планирования в России и за рубежом связывают успехи в прогнозировании с развитием технологий искусственного интеллекта. Его потенциал обусловлен способностью обрабатывать большие объемы данных, выявлять скрытые закономерности и обеспечивать адаптивные моделировки. Ниже представлен анализ важнейших этапов внедрения ИИ в процессы прогнозирования на основе статистических данных из трех временных периодов: прошлого, настоящего и прогнозируемого будущего.

2010-2015 годы. На данном этапе внедрение ИИ в государственное прогнозирование только начиналось. В России первые пилотные проекты были реализованы в рамках национальных программ цифровизации и инициатив госсектора, таких как проект «Электронное правительство», стартовавший в 2010 году [2]. Основные методы включали использование простых алгоритмов машинного обучения для анализа социальных и

экономических данных. По данным Росстата и Центробанка, в 2014 году доля автоматизированных систем, использующих элементарные алгоритмы ИИ для анализа макроэкономических индикаторов, составляла менее 5%. В этот период прогнозирование базировалось в основном на классических статистических моделях, таких как ARIMA, а внедрение ИИ имело экспериментальный характер [3]. Тем не менее, в исследовательских центрах были запущены первые проекты по анализу социально-экономической динамики с использованием нейронных сетей, однако их влияние на массовое прогнозирование было ограничено. Переход к внедрению ИИ в этот период заложил фундамент технологического развития, однако уровень точности и оперативности прогнозов оставался низким – ошибка в индустриальной оценке инфляции составляла до 2-3 процентных пункта при использовании традиционных методов.

2016-2024 годы. За последние восемь лет Россия значительно продвинулась в области применения ИИ в государственном управлении. Основными успехами являются: внедрение систем машинного обучения ЦБ РФ для прогнозирования инфляции и валютных курсов, достигшее в 2022 году точности предсказаний на уровне 95% по ключевым показателям, по сравнению с 80% в 2015 году при использовании классических моделей; автоматизация анализа социально-экономической ситуации благодаря системам NLP, которые позволяют в режиме реального времени отслеживать социальные настроения и потенциальные кризисы на базе анализа данных СМИ и социальных сетей; использование нейронных сетей для прогнозирования региональных экономик, где точность прогноза ВРП увеличилась в среднем на 10-15%, а ошибки снизились на 20%.

По данным Минэкономразвития РФ, к 2024 году около 52% федеральных и региональных органов власти используют системы ИИ для анализа данных и принятия решений, а доля автоматизированных прогнозных платформ составляет более 15% всего объема аналитических ресурсов, что значительно выше 2-3% из 2014 года [4].

В результате внедрения ИИ наблюдается увеличение точности экономических прогнозов, ускорение процесса анализа и повышение адаптивности моделей. Это обеспечивает более своевременное реагирование на внешние шоки и внутренние риски.

Будущее развитие: 2025-2030 годы. Прогнозы на ближайшие пять лет свидетельствуют о следующем: создание интегрированных цифровых платформ прогнозирования на базе крупномасштабных данных всех уровней управления, где точность прогнозов достигнет 99%; внедрение систем с использованием глубокого обучения (например, трансформеров) для оценки динамики макроэкономических индикаторов и разработка сценариев с минимальной погрешностью (ошибка ниже 1%); интеграция ИИ в систему национальных цифровых двойников городов и регионов для постоянного мониторинга условий экономики в реальном времени [5].

Исследовательские агентства прогнозируют, что к 2030 году масштабы инвестиций в ИИ для государственных целей достигнут 0,5-1% ВВП страны, что в 2-4 раза выше показателей 2023 года. Более того, предполагается, что эффективность прогнозных моделей улучшится на не менее чем 30-40%, что повысит точность обработки данных о состоянии экономики и снизит ошибки до минимальных значений.

В контексте стремительного развития цифровых технологий и возрастающего интереса к использованию ИИ в сфере государственного управления особенно важно проанализировать динамику его внедрения и эффективности в экономическом прогнозировании. Для наглядного представления данной эволюции ниже приведён график, отражающий ключевые показатели за три временных периода: 2010-2015, 2016-2024 и прогноз на 2025-2030 годы. На рис. 1 показано, как изменялись доля применения ИИ, точность прогнозов и уровень ошибок в прогнозировании.

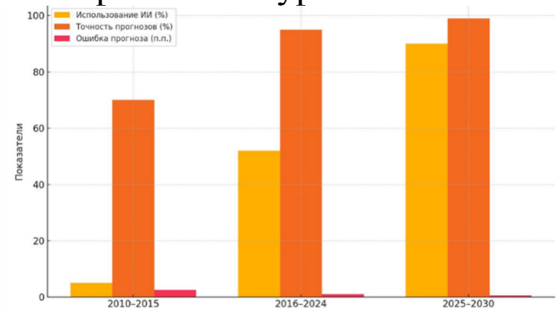


Рисунок 1 – Динамика развития ИИ в государственном экономическом прогнозировании (2010-2030 гг.)

Статистические примеры разных периодов ясно демонстрируют важность и эффективность внедрения технологий искусственного интеллекта в государственную экономику. На ранних этапах (2010-2015 гг.) применение ИИ было связано преимущественно с экспериментами, что приводило к низким показателям точности и небольшим возможностям прогнозирования. Современные же реалии (2016-2024 гг.) отличаются значительным прогрессом – внедрение продвинутых аналитических платформ привело к существенному повышению точности прогнозов, росту роли автоматизации и улучшению общего процесса принятия государственных решений.

Эти изменения подчеркивают необходимость дальнейшего совершенствования технологий и формирования комплексной стратегии интеграции ИИ в государственные экономические механизмы. Именно такой подход позволит создать условия для устойчивого прогресса и эффективного управления экономической ситуацией государства. Для реализации данной цели предлагается концепция поэтапного включения ИИ-инструментов в систему государственного прогнозирования, основанная на трехуровневой структуре.

Первый уровень – уровень данных. На этом уровне осуществляется сбор и стандартизация данных, как из традиционных источников

(статистические данные, международные индикаторы), так и из неструктурированных источников (социальные сети, Интернет-ресурсы). Для повышения качества прогнозов необходимо создать единые стандарты для сбора и обработки данных, включая их синхронизацию между различными государственными структурами.

Второй уровень – уровень аналитики. Этот уровень включает в себя алгоритмы машинного обучения, глубокого обучения и обработки естественного языка. С помощью этих инструментов можно создавать адаптивные прогнозные модели, которые смогут учитывать широкий спектр факторов. Модели, в свою очередь, будут включать в себя возможности для сценарного прогнозирования, что позволит более гибко реагировать на изменяющиеся экономические условия.

Третий уровень – уровень принятия решений. На этом уровне будут реализованы аналитические панели, которые предоставляют оперативную информацию в удобном формате для принятия решений. Эти панели помогут госслужащим получать своевременные уведомления и рекомендации, основанные на актуальных данных и прогнозах.

Предложенная модель отличается высокой масштабируемостью и адаптивностью, что позволит использовать ее не только на федеральном уровне, но и на уровне региональных и муниципальных органов власти. И как результат – обеспечение более эффективного и своевременного принятия решений, что, в свою очередь, приведет к повышению устойчивости и гибкости экономической политики государства.

Перспективна ли концептуальная модель? К 2030 году, создание единой цифровой платформы для прогнозирования будет включать в себя интеграцию всех данных, которые поступают от разных государственных органов и частных организаций. Предполагается, что точность прогнозов на этой платформе будет достигать 99%. Это существенно повысит эффективность и скорость принятия решений. Концептуальная модель направлена на оптимизацию процесса интеграции искусственного интеллекта в систему государственного прогнозирования. Она предусматривает последовательное внедрение интеллектуальных технологий на всех этапах подготовки и принятия решений, что позволит значительно повысить их точность и надежность. Реализация предложенной модели способствует повышению качества государственного управления, снижению неопределенности и формированию долгосрочной стратегии социально-экономического развития.

Искусственный интеллект представляет собой важный инструмент для повышения эффективности государственного прогнозирования в условиях цифровой трансформации. В статье предложена концептуальная модель, направленная на интеграцию ИИ в систему государственного прогнозирования, что позволит значительно повысить точность прогнозов, улучшить адаптивность и ускорить принятие решений.

Список использованных источников:

1. Банк России. Применение искусственного интеллекта на финансовом рынке : доклад для общественных консультаций. – Москва : ЦБ РФ, 2023.

2. Национальные проекты России. Цифровая экономика : материалы проекта «Электронное правительство». – Режим доступа: https://digital.gov.ru. – Дата обращения: 02.05.2025 г.

3. Евтянова, Д.В. Искусственные нейронные сети как инструмент планирования экономического развития // Журнал экономических исследований. – 2021. – № 4.

4. Минэкономразвития РФ. Государственная программа «Экономика» : создание системы прогнозирования на базе ИИ. – Москва : Минэкономразвития, 2022.

5. Expert / IDC. Прогноз: ИИ даст 3,5 % мирового ВВП к 2030 году // Эксперт Online. – 2024. – Режим доступа: https://expert.ru. – Дата обращения: 03.05.2025 г.

© Буторина Л.Р., Киршина Н.П., 2025

УДК 338.314

УЧЕТНО-ПРАВОВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Бычковская Г.Е.
Научный руководитель Ильин С.Ю.
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)», Москва

Качество управления организациями, являющееся авангардной частью их экономики с ее концепциями, идеями, претворяемыми в жизнь на практике, зависит от многих видов деятельности руководящих работников на всех его уровнях [2, 3, 6, 8, 12]. При этом углубленная роль в принятии управленческих решений принадлежит руководству, функционирующему на уровне средних звеньев, где требуются дополнительные знания, умения, навыки, необходимые для оптимального взаимодействия между высшим уровнем, отвечающим за стратегические действия, и низовым уровнем, отвечающим за тактические действия организаций при осуществлении ими бизнес-процессов [4, 5, 7, 10, 14]. Именно данное звено занимается систематизацией действий обеих групп, группируя цели и задачи в единую логистическую цепочку, проведением бизнес-аналитики получаемых организациями показателей, изысканием резервов оптимизации результата и затрат, базовых индикаторов при оценке эффективности и успешности деятельности в краткосрочном и долгосрочном периодах [1, 9, 11, 13].

Подразделяется оно на несколько функциональных структур, ведущая роль среди них, по мнению автора, принадлежит учетной и правовой службам, имеющим немало сходств, из которых главное сходство в работе с юридическими источниками информации, классифицируемыми на законы (приоритетные источники для правовой службы) и подзаконные акты (приоритетные источники для учетной службы), определяющими контуры ведения бизнес-операций. Теснота взаимосвязи между данными службами послужила основанием для авторской идеи относительно их интеграции, что мотивируется (обосновывается) несколькими причинами: взаимное влияние на процесс калькуляции результата и затрат, регламентирование статей расходов с общих позиций и с учетом особенностей функционирования организаций, исходя из размеров, организационно-правовых форм, отраслевых особенностей. Прежде всего, речь идет о крупном бизнесе, носители которого корпорации, однако, такой вариант пригоден и для средних организаций, поскольку речь лишь об объединении этих служб в единое функциональное подразделение для усиления обстоятельности подхода к оценке показателей эффективности деятельности, выявления у них слабых позиций и оперативного нахождения путей предельного улучшения индикаторов, идентифицирующих ключевые конкурентные позиции искомых хозяйствующих субъектов в рыночной среде, для чего следует изложить методологию авторской идеи.

Методология строится на цели (стратегической направленности), задачах (тактической направленности), принципах (основополагающих правилах) создания учетно-правовой службы в организациях и предназначенных для нее источниках информации.

Цель создания учетно-правовой службы – обеспечение высшего управленческого звена необходимой информацией об имуществе, обязательствах и бизнес-операциях организаций для принятия его представителями аргументированных решений по оптимизации денежных потоков для достижения максимально эффективных результатов деятельности.

Задачи создания учетно-правовой службы.

1. Формирование полной и достоверной информации о соблюдении регламента осуществления бизнес-процессов и исчисления результата и затрат деятельности.

2. Обеспечение контроля за наличием и движением активов и пассивов.

3. Выявление внутренних резервов повышения эффективности использования активов и пассивов.

4. Оценка фактического использования выявленных резервов повышения эффективности активов и пассивов.

5. Своевременное предупреждение негативных явлений в осуществлении бизнес-процессов.

Принципы создания учетно-правовой службы: денежная оценка (стоимостное выражение активов, пассивов, бизнес-операций); непрерывность деятельности (регулярность, стабильность бизнес-операций); периодичность (исчисление денежных потоков за определенный период времени); начисление (правильность и обоснованность отнесения финансово-хозяйственных показателей к определенному периоду времени); полнота (получение полной финансово-хозяйственной информации); надежность (получение надежной, достоверной финансово-хозяйственной информации); существенность (важность значения финансовой-хозяйственной информации для пользователей); уместность (практическое применение финансово-хозяйственной информации); рациональность (превышение результата над затратами); постоянство (неизменность выбранных способов и приемов в течение определенного периода времени).

Источниками информации для учетно-правовой службы наряду с действующими в стране законами и подзаконными актами, проводимой организациями на их основе учетной политикой, являются бухгалтерские документы (стартовые источники, воплощающие в себе регламентированные учетно-правовые нормы).

Выдвинутая автором идея о создании учетно-правовой службы и выдвижении ее приоритетным элементом в системе менеджмента состоятельна ввиду того, что в организациях значительно повысится уровень синергетизма управленческих работников, иными словами, упрочится кооперация управленческого труда по причине одновременного расширения и углубления у них знаний каждой из обозначенных профессиональных областей. Более того, совместными усилиями они теснее будут сотрудничать с другими функциональными менеджерами и смогут предусматривать альтернативные потери, сокращающие номинальную бизнес-выгоду.

Сформированный учетно-правовой менеджмент создаст для руководства возможности расширить арсенал стратегических и тактических действий во взаимосвязи всех мероприятий, и они обеспечат себе монолитность бизнес-процессов и за счет этого будут получай стабильные доходы и прибыль в достаточном размере, чтобы гарантировать для себя требующиеся объемы воспроизводства и доли рынка в сегментах, в которых они взаимодействуют с целевыми клиентами. В результате их деятельность будет максимально эффективной, с показателями, достигнутыми качественными (интенсивными) методами, а, значит, абсолютно конкурентоспособной и на краткосрочном, и на долгосрочном бизнес-этапах.

Список использованных источников:

1. Голубев С.С., Губин А.М., Романенко Н.Ю. Проектный анализ – М., 2024. – 139 с.

2. Голубев С.С., Губин А.М., Романенко Н.Ю. Современные инструменты повышения качества научно-технологических прогнозов Научные труды: Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. – 2024. – Т. 22. – № 1. – С. 44-70.

3. Зернова Л.Е., Михайлов Н.В. Факторы, влияющие на эффективность деятельности организации // Наука и инновации. – 2017. – С. 74.

4. Зотиков А.А., Зотикова О.Н. Оборотный капитал и оборотные средства для функционирования промышленных предприятий // Актуальные проблемы экономики, коммерции и сервиса. – 2020. – С. 65-71.

5. Ильин С.Ю. Управление интенсивным использованием основных производственных фондов в сельскохозяйственном производстве (на материалах Удмуртской Республики): Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Ижевск, 2003. – 24 с.

6. Ильин С.Ю. Управление интенсивным использованием основных производственных фондов в сельскохозяйственном производстве (на материалах Удмуртской Республики): Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Ижевск, 2003. – 185 с.

7. Ильин С.Ю. Основные производственные фонды в сельском хозяйстве. – Ижевск, 2005. – 101 с.

8. Ильин С.Ю. Интенсивное использование производственных ресурсов в аграрном секторе экономики: Монография. – Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2012. – 105 с.

9. Ильин С.Ю. Основы аудита. – Ижевск, 2013. – 30 с.

10. Ильин С.Ю. Финансовый учет. – Ижевск, 2013. – 40 с.

11. Ильин С.Ю. Финансовая оценка деятельности хозяйствующего субъекта // Вестник ИжГТУ имени М.Т. Калашникова. – 2014. – № 3 (63). – С. 62-64.

12. Ливадина С.П. Проблемы формирования учетной политики в современных условиях // Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы. – 2018. – С. 140-143.

13. Степнова О.В., Романенко Н.Ю. Планирование инноционно-инвестиционной деятельности промышленного предприятия // Научные труды (Вестник МАТИ). – 2011. – № 18 (90). – С. 228.

14. Степнова О.В., Романенко Н.Ю. Использование экономического потенциала как основы реализации стратегии развития муниципального образования // Глобальный научный потенциал. – 2019. – № 10 (103). – С. 162-165.

© Бычковская Г.Е., 2025

УДК 332:72

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОГО РЫНКА И РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ОМСКА

Вагнер Э.С., Тарута С.В.
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет», г. Омск

Финансовые рынки и рынок недвижимости, на состояние и развитие которых напрямую влияют экономические, политические и социальные факторы, представляют собой сложные взаимосвязанные системы. Понимание механизмов взаимодействия данных рынков имеет ключевое значение для инвесторов, аналитиков, и других заинтересованных лиц.

Цель данной работы – проанализировать показатели финансового рынка и рынка недвижимости города Омска для определения текущего состояния, выявления тенденций, закономерностей и предоставления информации для принятия обоснованных инвестиционных решений. Указанная цель достигалась посредством решения следующих задач: определить и описать ключевые показатели финансового рынка и рынка недвижимости города Омска, выявить взаимосвязь между финансовым рынком и рынком недвижимости, оценить текущее состояние и перспективы развития финансового рынка и рынка недвижимости.

В условиях динамично меняющейся глобальной экономики финансовый рынок и рынок недвижимости играют ключевую роль в определении пути развития как для отдельных регионов, так и для экономики в целом. Финансовый рынок выполняет функцию распределения капитала, обеспечивая перелив средств от инвесторов к лицам, нуждающимся в финансировании. С другой стороны, рынок недвижимости является одним из основных секторов экономики, формирующим значительную долю национального богатства и оказывающим значительное влияние на социальную стабильность и благосостояние населения.

Таким образом, можно провести параллель между финансовым рынком и рынком недвижимости. В то время как финансовый рынок оптимизирует движение капиталов, рынок недвижимости обеспечивает эффективное распределение и использование объектов недвижимости, играя ключевую роль в обеспечении устойчивого экономического развития, во многом опираясь на механизмы финансирования, предоставляемые финансовым рынком. Следовательно, оба рынка, тесно взаимосвязанные, являются ключевыми элементами современной экономики.

Начиная с 2022 года ситуация на рынке жилой недвижимости в России претерпела серьезные изменения. Резко возросли цены на все типы жилой недвижимости, активно растут ставки по ипотеке, при этом льготные программы значительно сократились. Происходит постепенное

ужесточение требований Центральным банком РФ к финансовому состоянию заемщиков, соблюдение которых обязательно для банков.

В течение длительного периода времени наблюдается рост объема строительства многоквартирного жилья. От всего объема строительства в стране 63% приходится на 30 самых крупных городов [2]. Чаще всего возводятся многоквартирные дома, в которых больше половины квартир составляют однокомнатные квартиры, на втором месте – двухкомнатные, на третьем – трехкомнатные. Многокомнатных квартир на всю страну приходится около 40 тысяч в строящихся домах [4]. Площадь 66% строящихся квартир не превышает 55 квадратных метров.

Что касается рынка вторичного жилья, то в связи с изменениями в программах ипотечного кредитования, спрос на него вырос. Выросло и общее количество предложения, относительно аналогичного периода 2023 года. Выбор увеличился в Омске, Улан-Удэ, Самаре, Томске, Москве [3].

Самые дешевые цены на недвижимость наблюдались в Смоленске, Ижевске, Ульяновске, Брянске, Астрахани и Липецке, а самые высокие в Москве, Сочи, Санкт-Петербурге и Севастополе. В Омске средняя цена на вторичное жилье составила 5,3 млн. рублей. По итогам 2024 года можно сказать, что приобретение собственной недвижимости становится более затруднительным. Следовательно, временным решением жилищного вопроса для части россиян стала долгосрочная аренда.

Согласно данным компании «Авито Недвижимость» за последний год в Омске выросли спрос и предложение на вторичном рынке. Наибольший рост наблюдался в сегменте однокомнатных и двухкомнатных квартир, а также студий [3]. Относительно регионального рынка выявлено то, что на конец 2024 года относительно 2023 года средние цены за один квадратный метр общей площади квартир повысились на первичном рынке жилья на 28,3%, на вторичном – на 7,14% (табл. 1).

Таблица 1– Средние цены на рынке жилья омской области на 2023-2024 гг., руб./ кв. м. Составлено авторами по данным источника [8]

	Первичный рынок			Вторичный рынок		
	IV квартал 2024 г.	IV квартал 2023 г.	Тр., %	IV квартал 2024 г.	IV квартал 2023 г.	Тр., %
Все типы квартир	135 757	105 812	128,3	101 385	94 627	107,14
- квартиры низкого качества	–	–	–	81 093	76 676	105,76
- квартиры среднего качества (типовые)	114 427	94 235	121,43	97 358	89 892	108,31
- квартиры улучшенного качества	145 855	116 347	125,36	113 641	104 887	108,35
- элитные квартиры	169 426	150 193	112,81	150 409	140 087	107,37

В Омске, как и в некоторых других регионах страны, увеличился спрос на долгосрочную аренду квартир. В течение 2024 года предложение на рынке долгосрочной аренды жилья в городе выросло на целых 15% [6].

В период с 2022 по 2024 год рынок жилой недвижимости столкнулся с ростом цен, ужесточением условий ипотечного кредитования, ростом предложений на новостройки и увеличением спроса на вторичное жилье и

долгосрочную аренду, что указывает на то, что жилищный вопрос становится все более трудноразрешимым для многих россиян.

Далее рассмотрим, как изменялись удельные цены на жилье в городе Омск. Так, например, в период с 2007 по 2020 год цены на первичное и вторичное жилье демонстрировали схожую динамику. После некоторого снижения в период с середины 2008 года по 2010 год цены начали восстанавливаться в 2011 году и оставались относительно стабильными до 2020 года. Цены на ИЖС в этот период также были стабильными, но значительно ниже цен на первичное и вторичное жилье.

Начиная с 2020 года наблюдается значительный рост цен на все виды жилья, особенно на первичное. Он может быть связан с различными факторами, такими как государственная поддержка ипотечного кредитования, увеличение спроса на жилье из-за пандемии, инфляция, других экономических и политических факторов.

Динамика удельных цен на объекты жилой недвижимости за 2007-2024 гг. представлена на рис. 1.

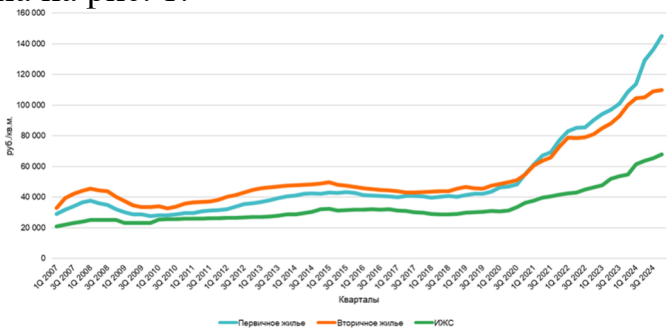


Рисунок 1 – Динамика удельных цен на объекты жилой недвижимости города Омска за 2007-2025 гг.

В целом, данные на графике показывают, что рынок жилья был подвержен колебаниям, но в последние годы наблюдается устойчивая тенденция к росту цен. Цены на ИЖС растут более умеренными темпами, оставаясь доступнее, чем первичное и вторичное жилье.

На рынке аренды жилой недвижимости в Омске наблюдается аналогичная ситуация: спрос на аренду и арендная плата подвержены разным колебаниям. Отмечается тенденция к росту арендных ставок.

Резкие спады и, наоборот, рост цен и других показателей рынка наблюдается в период экономических кризисов в стране, происходившие в 1998, 2008, 2014 и 2022 годах [7]. Так, рынок жилой недвижимости России переживал значительные потрясения, вызванные экономическими, финансовыми и политическими факторами. Каждый кризис на рынке жилья имел свои специфические причины и последствия, связанные с общей экономической ситуацией в стране и мире. Однако ключевым трендом остается высокая зависимость рынка от макроэкономических факторов (инфляция, цены на нефть, валютный курс, доступность кредитования).

Состояние рынка недвижимости тесно связано с процессами, происходящими на финансовом рынке. Процентные ставки, уровень инфляции, доступность ипотечных программ, доходы населения и уровень безработицы – все эти факторы оказывают непосредственное воздействие на спрос, предложение и, как следствие, на цены жилой недвижимости.

Рассмотрим следующий график (рис. 2) [1]. Наблюдается рост инфляции и ключевой ставки с 2013 года. Затем, в конце 2014 года, произошел резкий скачок обоих показателей, вызванный экономическим кризисом, произошедшим в данный период времени. После этого наблюдалось постепенное снижение инфляции и ключевой ставки до конца 2020 года, что указывает на восстановление и стабилизацию финансового рынка. Далее снова произошел рост показателей, особенно в 2022 году, когда ключевая ставка достигала экстремальных значений.

Последняя часть графика, показывает снижение уровня инфляции и ключевой ставки в течение 2023 года, за которым следует постепенный рост в последующие годы. Данные колебания связаны с действиями Центрального банка на рынке в ответ на ожидаемый рост инфляции.



Рисунок 2 – Уровень инфляции и ключевая ставка Центрального банка РФ за 2013-2025 гг.

Ключевая ставка Центрального банка непосредственно влияет на условия ипотечных программ кредитования, предоставляемых коммерческими банками населению. Соответственно, это сказывается на спросе и предложении на рынке жилой недвижимости. Согласно данным Центрального банка РФ, минимальным средневзвешенным сроком, на который берут ипотеку в России составляет 206,9 месяцев, максимальный – 310,2 месяцев. В среднем данный показатель составляет 258,1 месяцев или 21,5 лет. В Омской области – 259,8 месяцев (21,7 лет) [1].

Наблюдается постепенный рост срока по ипотечному кредитованию, так как в условиях частой нестабильной экономической ситуации население стремится вложить денежные средства в недвижимость в качестве сбережения капитала. Также из-за растущих процентных ставок и ужесточения правил кредитования, люди вынуждено берут ипотеку на более высокий срок, так как это позволяет сократить ежемесячный платеж.

Невысокий уровень средневзвешенной ставки по ипотечным кредитам как по России в целом, так и в Омской области (в 2025 году 7,7% и 8,37% соответственно) свидетельствуют о том, что в основном население

приобретает жилую недвижимость по льготным программам ипотечного кредитования, так как они выдаются под небольшой процент, что уменьшает сумму переплаты и ежемесячный платеж заемщика.

По данным сайта Центрального банка РФ, с 2019 года по 2025 год в Омской области было выдано 133710 ипотечных кредитов на сумму более 350 млн. рублей. Доля ипотечных жилищных кредитов, предоставленных на приобретение и создание объектов ИЖС, в общем объеме ипотечных жилищных кредитов составляет 17,79%, остальные 82,21% приходятся на объекты первичного и вторичного рынка жилья.

Что касается процентных ставок по вкладам (депозитам), то они также зависят от решений банка по поводу ключевой ставки и инфляции в стране, формируя своего рода зеркальное отражение его политики. Например, когда он повышает ключевую ставку для сдерживания инфляции, коммерческие банки увеличивают проценты по вкладам, для того чтобы привлечь больше средств и компенсировать риски. В периоды снижения ключевой ставки, соответственно, снижаются и ставки по вкладам, уменьшая доходность сбережений для населения и делая кредиты более доступными.

Зависимость между процентными ставками по депозитам и ранее изученными показателями отражает баланс между необходимостью контролировать инфляцию, поддерживать экономический рост и обеспечивать привлекательность сбережений для вкладчиков.

Кроме того, объемы ипотечных жилищных кредитов, объемы различных вкладов и т. п. напрямую зависят от доходов населения.

На протяжении периода с 2007 гола по настоящее время наблюдается устойчивый рост заработной платы как в целом по стране, так и в Омской области. С учетом особенностей региональной экономики и структуры занятости населения (в середине 2024 года уровень занятости населения составлял 60,3%, а безработицы – 3%), рост заработной платы в Омской области, как правило, немного ниже общероссийского. При этом, с начала 2022 года наблюдается некоторое ускорение темпов роста заработной платы в Омской области, приближающееся к общероссийскому уровню, что может свидетельствовать о позитивных сдвигах в экономике региона.

Анализ данных финансового рынка показал некоторые взаимосвязи показателей. Рост заработной платы демонстрирует положительную динамику, ключевая ставка, являющееся важным инструментом регулирования инфляции, оказывает влияние на стоимость кредитов и депозитов, а динамика ипотечных ставок и сроков отражает доступность жилья для населения, что стимулирует развитие рынка недвижимости.

Таким образом, финансовый рынок обеспечивает механизм перемещения капитала от поставщиков сбережений к потребителям, нуждающимся в финансировании. В свою очередь, рынок недвижимости – это сложный механизм, направленный на оптимальное распределение и

перераспределение ресурсов в сфере недвижимости между участниками рынка, с целью удовлетворения их потребностей в объектах недвижимости.

За 2007-2025 гг. рынок недвижимости Омска продемонстрировал устойчивую цикличность, обусловленную влиянием как экономических кризисов, так и локальных особенностей. Несмотря на временные снижения спроса, предложения и цен, вызванные этими потрясениями, рынок неизменно восстанавливался. Ключевыми факторами, оказывающими влияние на рынок, выступают в основном инфляция, ипотечные ставки и политическая обстановка, как внутри страны, так и за ее пределами и др. В последние годы наблюдается рост цен, обусловленный удорожанием строительства и инфляцией, использованием льготных ипотечных программ, что ставит вопрос о доступности жилья для населения.

Изучение показателей финансового рынка показало прямую взаимосвязь между различными экономическими показателями и состоянием рынка недвижимости.

Для эффективного анализа и прогнозирования развития рынков необходим непрерывный сбор данных. В настоящее время сбор информации представляет собой сложную задачу из-за нехватки общедоступных и полных баз данных с историческими сведениями. Этот недостаток может негативно сказаться на будущих исследованиях и анализе рынков, поскольку наличие полной информации важно для понимания тенденций и закономерностей на рынке недвижимости.

Список использованных источников:

1. Банк России : официальный сайт. – URL: https://cbr.ru/ (дата обращения: 30.04.2025).

2. Информационное агентство «РБК» : официальный сайт. – URL: https://kuban.rbc.ru/krasnodar/freenews/675adbd69a7947583b8c6240 (дата обращения: 30.04.2025).

3. Информационное агентство при Правительстве Омской области «ОМСКРЕГИОН» : официальный сайт. – URL: http://omskregion.info/news/148215-v_2024_godu_na_vtorichnom_rnke_jilya_om ska_na_12_v/ (дата обращения: 30.04.2025).

4. Обзор ситуации на рынке недвижимости в Российской Федерации по итогам 2024 года // ООО АФ «Аудит-Консалтинг» : офиц. сайт. – URL: https://nsaudit.ru/economic-situation-412/ (дата обращения: 30.04.2025).

5. Питель, Т. С. Учебно-методическое пособие для практических занятий : учебное пособие / Т. С. Питель. – Орел : ОрелГАУ, 2024. – 55 с. – URL: https://e.lanbook.com/book/449033 (дата обращения: 23.03.2025).

6. Сетевое издание «МК в Омске» : официальный сайт. – URL: https://omsk.mk.ru/social/2025/01/23/spros-na-dolgosrochnuyu-arendu-kvartir-v-omske-vyros-na-7-v-konce-proshlogo-goda.html (дата обращения: 30.04.2025).

7. Тарута, С. В. Динамика цен на жилую недвижимость Омска с учётом инфляционных колебаний / С. В. Тарута // Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы : материалы II Межвузовской научно-практическая конференции (с международным участием), Омск, 03–04 декабря 2015 года / под общей редакцией Д. П. Маевского. – Омск: Омский университет дизайна и технологий, 2016. – С. 144-148.

8. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Омской области : официальный сайт. – URL: https://55.rosstat.gov.ru/ (дата обращения: 30.04.2025).

9. Федотов, Г. В. Экономика и управление недвижимостью : учебное пособие для вузов / Г. В. Федотов, Б. А. Волков. – Санкт-Петербург : Лань, 2024. – 280 с. – URL: https://e.lanbook.com/book/401195 (дата обращения: 30.04.2025).

© Вагнер Э.С., Тарута С.В., 2025

УДК 336.6

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ В НЕКОММЕРЧЕСКОМ СЕКТОРЕ

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

Главная цель деятельности некоммерческих организаций (далее НКО) заключается в решении социально значимых задач. Чтобы успешно реализовать данную цель, важно не только грамотно управлять организацией, но и определять перспективные направления для привлечения финансовых ресурсов и управления ими. Финансовое планирование и развитие играют ключевую роль в поддержке и расширении направлений деятельности НКО. В условиях современных вызовов и проблем это исследование становится особенно актуальным и необходимым для НКО.

НКО – это организация, созданная для достижения общественно полезных целей. Среди них – предоставление услуг и поддержка малоимущих слоев населения, разработка проектов для внедрения на государственном или частном уровнях, а также просветительская и образовательная деятельность по таким темам, как экология, права человека, здоровый образ жизни и т.п. Данный тип организаций может существовать в различных организационно-правовых формах: фонды, общественные объединения, ассоциации, автономные и профсоюзные организации и прочие [1].

Согласно данным Министерства юстиции Российской Федерации на сегодняшний день в реестре некоммерческих организаций, который ведется с 2008 года, числится более 219,5 тысяч зарегистрированных НКО, а ликвидированных за данный период времени более 345 тысяч организаций [1]. Рассматривая динамику изменения количества НКО, представленную на сайте Центра инноваций социальной сферы, за последние три года наблюдается динамика роста действующих организаций, которая составляет 9,26%, однако сокращение их числа за аналогичный период составило 26% [2].

Одними из основных причин опережающего роста числа ликвидированных организаций могут быть отсутствие финансирования, сложности с отчетностью, изменения в законодательстве. Помимо этого, не стоит исключать вариант того, что организации могли быть исключены из реестра за нарушение законодательства или отсутствие активной деятельности на протяжении долгого периода.

Хоть и основной целью деятельности НКО не является получение прибыли, но наличие достаточного количества денежных средств и эффективное финансовое управление играют важную роль для успешной реализации социальных проектов и устойчивого функционирования исследуемых организаций. Финансовые ресурсы необходимы для решения множества ключевых задач, среди которых к основным относятся: реализация социальных, образовательных и других проектов, которые являются основой деятельности НКО; выплата заработной платы работникам для эффективной деятельности организации; оплата коммунальных услуг и другие административные расходы, связанные с поддержанием работы организации.

В общем понимании процесс управления финансами включает себя: планирование, бюджетирование, анализ и контроль использования финансов. Однако для некоммерческого сектора этот процесс имеет определенные особенности. Первая из них касается бюджета. Он формируется с учетом ожидаемых доходов и расходов, основываясь на запланированных проектах и привлечении грантовых средств для их реализации. С одной стороны, такое стратегическое планирование позволяет НКО более организованно и целенаправленно подходить к реализации запланированных проектов. Но, с другой стороны, зависимость от грантового финансирования может сделать бюджет нестабильным и непредсказуемым, ограничивая гибкость в реагировании на изменения потребностей. Ожидаемые доходы могут не совпадать с реальными поступлениями, что может привести к дефициту бюджета и финансовым трудностям. Кроме того, недостаточная оценка расходов и отсутствие резервов могут создать дополнительные риски для устойчивого функционирования НКО. Вторая из особенностей – дополнительная отчетность. Как и коммерческие организации, НКО обязаны сдавать

финансовую отчетность, которая отражает использование средств и результаты деятельности. Кроме того, к вышеперечисленным отчетам помимо стандартных форм отчетности, для НКО добавляются дополнительные формы в Росстат и Минюст, а также иные отчеты, в том числе по реализации грантов. Это влечет за собой необходимость иметь в штате организации сотрудника, который знаком с нюансами в работе с данными отчетами. В противном случае НКО приходится обращаться к аутсорсингу и привлекать стороннюю компанию, которая занимается формированием отчетностей, тем самым увеличивая административные расходы. Тем не менее, соблюдение обязательства по предоставлению отчетности является важным аспектом, так как оно обеспечивает прозрачность в расходовании средств. Как следствие способствует повышению доверия и со стороны грантодателей, и со стороны общества, создавая положительный имидж организации и способствуя успешному привлечению нового финансирования.

Помимо вышеупомянутых положений о том, что финансирование является для НКО ключевым аспектом функционирования и устойчивого развития, также хотелось бы подчеркнуть, что для успешной реализации своих проектов НКО должна иметь четкое представление о направлениях формирования финансовых ресурсов. В России это регламентируется Федеральным законом «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 N7-ФЗ, который определяет различные формы поступлений, необходимых для формирования финансовой базы организаций. Понимание этих источников помогает НКО эффективно планировать свою деятельность и разрабатывать стратегии привлечения средств.

Согласно указанному Федеральному закону источниками финансирования имущества НКО в денежной и иных формах являются: регулярные и единовременные поступления от учредителей (участников, членов); добровольные имущественные взносы и пожертвования; дивиденды (доходы, проценты), получаемые по акциям, другим ценным бумагам и вкладам; доходы, получаемые от собственности НКО [3].

Кроме того, НКО может осуществлять предпринимательскую деятельность и иную приносящую доход деятельность, если это служит достижению целей, ради которых она создана и соответствует указанным целям, при условии, что такая деятельность указана в его учредительных документах. Сюда может относиться производство и реализация товаров и услуг, а также приобретение и реализация ценных бумаг, имущественных и неимущественных прав, участие в хозяйственных обществах и участие в товариществах на вере в качестве вкладчика [3]. Данная возможность дает НКО разнообразить источники доходов и повысить устойчивость организации.

Однако, одним из самых распространенных способов, с помощью которого НКО может привлечь финансирование, является поддержка от

государства в форме грантов, субсидий и субвенций. Наиболее популярным субъектом в сфере проведения грантовых конкурсов выступает Фонд президентских грантов, который существует с 2017 года. По данным на конец августа 2024 года фонд поддержал 8391 проект из всех 89 регионов России, более чем на 30 млрд. рублей. Это говорит о том, что данный способ популярен среди НКО [4]. Стоит отметить, что не каждый проект становится выигрышным. К причинам отказа от предоставления гранта могут относиться: недостаточная обоснованность и социальная значимость проекта, неправильно оформленная заявка, отсутствие четких целей и задач, невыполнимая смета расходов и т.д.

Существуют также современные методы привлечения финансов, одним из них является фандрайзинг. Его главная цель – привлечь как можно больше средств для развития организации. Полученные средства могут выражаться не только в увеличении финансовой базы, но и в установлении контакта с новыми партнерами, которые не равнодушны и готовы привлекать собственные ресурсы для достижения общих целей вместе с НКО. Одними из методов фандрайзинга являются: реклама на телевидении, раздача листовок, боксы для пожертвования, организация тематических мероприятий, а также использование специальных платформ по сбору средств. Данный метод помогает в налаживании долгосрочного сотрудничества с партнерами и привлечению дополнительных ресурсов, что будет способствовать устойчивому развитию организации.

Также НКО могут пользоваться эндаументом – это целевой фонд, который формируется за счет денежных средств на основании договоров пожертвований и расходуется на цели НКО. Одна из особенностей эндаумента заключается в том, что средства фонда не расходуются, а инвестируются. Организация инвестирует свой капитал и полученный доход тратит на свои цели. В свою очередь это помогает НКО оставаться автономными и независимыми, а также позволяет решать долгосрочные стратегические задачи, финансировать проекты, использовать доходы от инвестиций для улучшения своих услуг и расширения охвата, что приводит к большему социальному воздействию на целевые группы населения [5].

В условиях динамично меняющегося социального и экономического пространства НКО необходимы инновационные подходы к привлечению и управлению финансовыми ресурсами. Использование современных инструментов управления, эффективное финансовое планирование, формирование эндаумент-фондов, привлечение частных инвестиций и создание партнерских отношений с государственными структурами и бизнесом могут значительно увеличить финансовую устойчивость НКО. Комплексный подход к управлению финансами не только минимизирует риски, связанные с зависимостью от одного источника финансирования, но и откроет новые горизонты для реализации инициатив и проектов, что в свою очередь будет положительно отражаться и на репутации организации.

В заключение хотелось бы отметить, что НКО следует регулярно оценивать свою финансовую стратегию, проводить анализ финансирования с целью адаптации к изменениям внешней среды, необходимо развивать финансовую грамотность и использовать все доступные возможности для создания устойчивой финансовой базы. В результате это поспособствует не только выполнению основной миссии – решению социально значимых задач, но и обеспечит долгосрочную устойчивость. Качественное финансовое управление позволит НКО быть более эффективными и конкурентоспособными, что создаст благоприятные условия для реализации социальных изменений в обществе.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт Министерства юстиции Российской Федерации [Электронный ресурс] / Режим доступа – URL: https://minjust.gov.ru/ru/pages/reestr-nekommercheskih-organizacij/ (дата обращения 28.03.25).

2. Официальный сайт Центра инноваций социальной сферы [Электронный ресурс] / Режим доступа – URL: https://atlas-nko.ru/analytics (дата обращения 28.03.25).

3. Официальный сайт справочной правовой системы КонсультантПлюс [Электронный ресурс] / Режим доступа – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/ (дата обращения 30.03.2025).

4. Официальный сайт Российской газеты [Электронный ресурс] / Режим доступа – URL: https://rg.ru/2024/08/27/iniciativa-nagrazhdaema.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (дата обращения 31.03.2025).

5. Официальный сайт «Партнер НКО» [Электронный ресурс] / Режим доступа – URL: https://reg-nko.ru/article/Finansirovanie_NKO?ysclid=m8wzxjzezy976062339 (дата обращения 31.03.2025).

© Варнавкин В.В., 2025

УДК 338.2

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СУДЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРЕДНАМЕРЕННОМУ БАНКРОТСТВУ

Васильев А.Д., Алексеева Н.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Удмуртский государственный аграрный университет», Ижевск

Преднамеренное банкротство является тяжким общественно опасным преступлением, которое регулируется статьей 196 Уголовного кодекса РФ (далее УК РФ). Варфоломеев Б.В. выделяет объективные признаки

преступления по статье 196 УК РФ: сделки на невыгодных условиях, отсутствие взыскания дебиторской задолженности и другие обстоятельства, которые указывают на преднамеренное банкротство. Субъективная сторона преступления проявляется в прямом умысле. Еще одной важной отличительной характеристикой преступления является нанесение материального ущерба кредиторам свыше 2,250 млн. руб. [2, с. 200-201].

Босхолов С.С. и Иванова А.Б. указали на трудность в применении норм по преднамеренному банкротству, связанную с неопределенностью в доказательствах [1, с. 9].

Многие исследователи отмечают, что отсутствие надежной и актуальной методики финансового анализа юридических и тем более физических лиц в делах проверки признаков преднамеренного банкротства является причиной столь малого количества судебных разбирательств по этому преступлению [3, 4, 10].

Так, Юсупова А.Р. отметила явное противоречие между количеством заявлений, поданных в Арбитражные суды (рост более чем в два раза с 83,1 тыс. до 172,9 тыс. за 2020-2022 гг.), количеством зарегистрированных преступлений по статье 196 УК РФ (в 2020 г. зафиксировано 155 преступлений, в 2021 г. – 153, а в 2022 г. – 148) и количеством осужденных за преднамеренное банкротство (всего 37 человек за 2020-2022 гг.) [10, с. 201]. Соответственно, деятельность судебных органов нельзя назвать успешной в данном направлении.

Основной причиной отказа в наличии признаков преднамеренного банкротства юридических лиц в заключениях управляющих является недостаток информации [8, с. 175]. Сурина И. также подчеркивает, что правила финансового анализа не соответствуют современным требованиям и не могут эффективно регулировать процесс анализа деятельности должника. Нормы, содержащиеся в этих правилах, не всегда соблюдаются, что негативно сказывается на качестве результатов анализа и не может служить доказательством вины [6, 7, 9].

Макаренко С.А., Овсиенко А.А. утверждают, что судебная практика по преднамеренному банкротству имеет отрицательный результат: лишь около 5% заявлений удовлетворяются, что указывает на трудности с доказательством злого умысла. Основными причинами редкого достижения дел о преднамеренном банкротстве до суда являются недостаточная квалификация экспертов и трудности с доказательством причинно-следственных связей [4, с. 413].

По данным Жильцовой Ю.В., Мавриной А.В. снизилось количество выявленных экономических преступлений в России за январь-сентябрь 2020 года и их раскрываемость. Одни из причин – нехватка унифицированных методик, квалифицированных специалистов среди работников правоохранительных и регулирующих органов, наложенный мораторий на возбуждение дел о банкротстве [3].

Верховный Суд РФ при обобщении судебной практики внес необходимые разъяснения по поводу применения статьи 196 УК РФ. Во-первых, территориальный орган ФНС может быть признан потерпевшим, а действия, квалифицируемые по статье 196 УК РФ, могут включать сокрытие дебиторской задолженности и занижение стоимости активов [5]. Во-вторых, отсутствие ведения бухгалтерского учета у лица не исключает необходимость финансового анализа и анализа сделок. В-третьих, незаконные действия следственных органов не учитываются судом, а отсутствие документов для экспертизы не препятствует ее назначению [5]. Также отсутствие оценки в заключении временного управляющего в приговоре суда может привести к его отмене. В-четвертых, при расчете ущерба, подлежащего возмещению, необходимо учитывать полную сумму неосновательного обогащения, полученного в результате преступных действий, без вычета понесенных затрат, как в денежной, так и в натуральной форме. Сумма ущерба должна основываться на рыночной стоимости активов должника, а не на их балансовой стоимости.

В отношении банкротства физических лиц Варфоломеев Б.В. отметил, что в приговорах суда доминирует защита интересов кредиторов и государства [2, с. 206].

Верховный Суд РФ установил, что банкротство гражданина может быть признано преднамеренным на основе анализа его действий в момент возникновения задолженности, что может повлечь гражданские, но не обязательно уголовные последствия [5].

В заключение можно сказать, что для повышения эффективности правоприменительной практики по делам о преднамеренном банкротстве следуем предпринимать следующие действия: обязательно привлекать сотрудников правоохранительных органов к выездным налоговым проверкам, т.к. преднамеренное банкротство чаще всего связано с налоговыми преступлениями [1, с. 10]; стабилизировать финансово-экономическую ситуацию в стране, снизить инфляцию, процентные ставки, улучшать качество финансовых продуктов и услуг, повышать финансовую грамотность населения, предпринимателей работников правоохранительных, контрольно-регулирующих органов; введение порядка независимого и прозрачного выбора управляющих, проведение криминологической экспертизы законодательных актов, совершенствование методик финансового анализа должника.

Список использованных источников:

1. Босхолов С. С., Иванова А. Б. Основные направления противодействия преднамеренному и фиктивному банкротству // Всероссийский криминологический журнал. – 2022. – Т. 16, № 1. – С. 7-17. – DOI 10.17150/2500-4255.2022.16(1).7-17.

2. Варфоломеев Б. В. Проблемы проверки арбитражным управляющим наличия признаков фиктивного и преднамеренного

банкротства в отношении физических лиц // Власть Закона. – 2023. – № 4(56). – С. 197-207.

3. Жильцов Ю. В., Маврина А. В. Проблемы выбора инструментария судебной финансово-экономической экспертизы по делам о преднамеренном банкротстве юридических лиц // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2021. – № 8(512). – С. 2-13.

4. Макаренко С. А., Овсиенко А. А. Методика выявления признаков преднамеренного банкротства как метод финансового контроля // Естественно-гуманитарные исследования. – 2022. – № 40(2). – С. 410-419.

5. Позиции высших судов. Преднамеренное банкротство. Статья 196 УК РФ. – URL: https://arbitr.garant.ru/#/document/77532832/paragraph/1/doclist/6673/7/0/0/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F%20196%20%D0%A3%D0%9A%20%D0%A0%D0%A4:3 (дата обращения 30.04.2025 г.).

6. Постановление Правительства РФ от 25 июня 2003 г. № 367 «Об утверждении Правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа». – URL: https://base.garant.ru/12131539/?ysclid=m9jmo4j6pc600105634 (дата обращения 30.04.2025 г.).

7. Постановление Правительства РФ от 27 декабря 2004 г. № 855 «Об утверждении Временных правил проверки арбитражным управляющим наличия признаков фиктивного и преднамеренного банкротства». – URL: https://base.garant.ru/187738/?ysclid=m9jmujsr2k131377603 (дата обращения 30.04.2025 г.).

8. Сидоров В. А. Проблемы правового регулирования и методологии проведения арбитражным управляющим финансового анализа и проверки наличия признаков фиктивного и преднамеренного банкротства // Философия права. – 2024. – № 4(111). – С. 173-178.

9. Сурина И. Роль и значение инструментов финансового анализа в процедуре признания юридического лица несостоятельным (банкротом): финансово-правовые аспекты // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2024. – № 6-2. – С. 385-392. – DOI 10.17513/vaael.3546.

10. Юсупова А. Р. Механизм противодействия правонарушениям в сфере банкротства юридических лиц в Российской Федерации: теория и актуальные проблемы // Теория государства и права. – 2023. – № 3(32). – С. 202-210. – DOI 10.25839/MATGIP_2023_3_200.

© Васильев А.Д., Алексеева Н.А., 2025

УДК 330.1

ФИЛОСОФСКИЕ ОСНОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ: ОТ АНТИЧНОСТИ К ЦИФРОВОМУ ОБЩЕСТВУ

Вдовина В.А., Низамов А.А.
Научный руководитель Миннуллина Э.Б.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Казанский государственный энергетический университет», Казань

Современная экономическая теория не существует в отрыве от философского контекста, внутри которого она исторически формировалась. Изначально философия и экономика представляли собой единое поле размышлений об устройстве общества, роли человека в производстве и распределении ресурсов, природе богатства и справедливости. Только в Новое время, с ростом специализации научного знания, экономика выделяется в отдельную дисциплину, однако философские основания продолжают играть ключевую роль как в постановке исследовательских задач, так и в их интерпретации.

Античные философы, такие как Сократ, Платон и Аристотель, впервые подняли вопросы, касающиеся справедливого устройства общества, распределения благ и понятия собственности. Так, в «Государстве» Платон предлагает модель идеального полиса, в котором устранено имущественное неравенство среди воинов и правителей, а экономика подчинена целям воспитания добродетельных граждан [1]. Аристотель, в свою очередь, различал «экономику» как искусство ведения домашнего хозяйства и «хрематистику» – деятельность, направленную на накопление богатства [2]. Это разграничение до сих пор актуально в обсуждениях между этикой и рыночной эффективностью.

Средневековая схоластика перенимает античную традицию, переосмысляя её с позиций христианской морали. Фома Аквинский, например, обсуждает вопросы справедливой цены, запрета на ростовщичество и моральных границ торговли. Его размышления заложили основы для дальнейших рассуждений об этическом измерении экономической деятельности, особенно в контексте социальной справедливости.

Эпоха Просвещения знаменует собой переход от теологически ориентированной философии к рациональному обоснованию экономических процессов. Французские физиократы, Джон Локк, Давид Рикардо, Адам Смит – все они, будучи философами по образованию, рассматривали экономику как область применения общих законов природы и разума. Так, Смит в «Богатстве народов» не только анализирует механизмы рынка, но и развивает концепцию «невидимой руки», явно связанной с деистскими представлениями о гармонии и порядке в мире [3].

Он одновременно писал «Теорию нравственных чувств», где утверждал, что сочувствие и моральный долг – важные элементы общественной жизни, влияющие и на экономическое поведение.

В XIX веке философские предпосылки становятся особенно явными в марксистской теории. Карл Маркс, опираясь на диалектический метод Гегеля [4], разработал экономико-философскую модель, в которой капитализм рассматривается как исторически обусловленный, преходящий этап развития производственных отношений. Для Маркса экономические законы не абстрактны, а коренятся в классовой борьбе, отчуждении труда и трансформации сознания. Его критика политэкономии остаётся актуальной и сегодня, особенно в обсуждениях неравенства, труда в цифровую эпоху и глобализации [5].

XX век стал ареной столкновения различных философских интерпретаций экономики. Австрийская школа, представленная Людвигом фон Мизесом [6] и Фридрихом фон Хайеком, утверждает, что экономика должна исходить из аксиомы действия человека как разумного, свободного и ответственного субъекта. Это антропологическое основание экономики напрямую связано с философией индивидуализма, либертарианства и правового государства.

Напротив, кейнсианская парадигма, доминировавшая в XX веке, апеллирует к идее необходимости государственного вмешательства, исходя из признания иррациональности, неопределённости и ограниченности знаний экономических субъектов. Здесь философский акцент переносится на эпистемологические и поведенческие ограничения человеческой природы, что позднее находит развитие в поведенческой экономике и теории ограниченной рациональности Герберта Саймона.

С развитием технологий и переходом к цифровой экономике философия приобретает новое звучание. Технологии вызывают трансформацию традиционных понятий труда, собственности, стоимости и даже субъекта экономической деятельности. Виртуализация труда, развитие алгоритмического управления, автоматизация и искусственный интеллект требуют философского осмысления – как с онтологических, так и с этических позиций. Так, возникает вопрос: кто несёт ответственность за действия автономных систем? Можно ли рассматривать алгоритмы как субъекты экономического взаимодействия? Что происходит с концепцией труда, когда человек вытесняется из производственного процесса?

Философия позволяет задавать эти и другие вопросы на более глубоком уровне. Например, феноменология (Эдмунд Гуссерль, Мартин Хайдеггер) может быть использована для анализа изменённого восприятия труда и времени в условиях цифровизации. Постструктурализм (Мишель Фуко [7], Жак Деррида) предлагает критический взгляд на экономические дискурсы как формы власти и управления, включая биополитику и дисциплинарные практики в корпорациях.

Материалы данного исследования включают широкий спектр философских и экономических текстов, как классических, так и современных. Методологически статья основывается на интердисциплинарном подходе, сочетающем философский анализ с историко-экономическим и социологическим подходами. Особое внимание уделяется взаимодействию категорий: свободы, труда, собственности, справедливости и прогресса, как в философии, так и в экономике.

Основное содержание статьи строится вокруг сравнительного анализа категорий: Свобода (от античной добродетели и стоицизма до неолиберальной парадигмы и философии Исаии Берлина); Труд (от теологической обязанности в средневековье до капиталистического товара и «цифрового пролетариата» в современной экономике); Собственность (как социальный институт, проходящий трансформацию от коллективной (общинной) к частной и затем к интеллектуальной собственности и цифровым активам); Справедливость (от аристотелевского равенства и распределения по достоинству до идей Джона Роулза и теории справедливости как беспристрастности) [9]; Прогресс (как идея модерна, основанная на рациональности, и её критика в постмодерне и экологической философии).

Обсуждение результатов исследования указывает на то, что философия играет не вспомогательную, а фундаментальную роль в формировании экономической мысли. Например, современная теория устойчивого развития опирается на философские идеи этики ответственности (Ганс Йонас) [8], экзистенциальной озабоченности будущими поколениями и интегрального понимания блага. В этом контексте становится очевидной необходимость включения философского компонента в экономическое образование, формирование гуманитарно ориентированных экономистов, способных к критическому мышлению.

Проведённый анализ также показывает, что философия помогает экономике не только осмыслять свою историю и методы, но и адаптироваться к новым вызовам. Так, цифровая трансформация требует переосмысления самих оснований экономического анализа: от классических категорий «предприниматель – капитал – труд» к новым: «платформа – данные – алгоритм». Этот переход невозможно осуществить без философского сопровождения.

В заключение, можно сказать, что философия всегда была и остаётся ядром экономической теории, формируя мировоззренческие и методологические основания исследования. История экономической мысли невозможна без учёта философского контекста – от античных диалогов до современных постгуманистических концепций. Современные вызовы (цифровизация, алгоритмизация, неравенство, экологический кризис) требуют интеграции философии в экономический анализ. Экономическое образование должно включать философские дисциплины, развивающие

критическое мышление и способность к этической рефлексии. Будущее экономической науки во многом зависит от способности философии и экономики к продуктивному междисциплинарному диалогу.

Список использованных источников:

1. Платон, Государство / Платон; Перевод с греческого А. Н. Егунова. – 2-е изд. – Москва: Академический Проект, 2020. – 398 с. – ISBN 978-5-8291-3564-5.

2. Доватур А. и др. Политика. – Litres, 2017.

3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – Litres, 2011.

4. Гегель Г. В. Ф. Философия права. – Strelbytskyy Multimedia Publishing, 2018.

5. Маркс К. Капитал. – Directmedia, 2015.

6. Мизес Л. Человеческая деятельность: трактат по экономической теории. – Litres, 2020.

7. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. – Ad Marginem, 2013.

8. Роулз Д. Теория справедливости. – 1995.

9. Бадмаева М. Х. Этика искусственного интеллекта: принцип ответственности Ганса Йонаса //Вестник Бурятского государственного университета. Философия. – 2022. – №. 1. – С. 67-79.

© Вдовина В.А., Низамов А.А., 2025

УДК 338.2

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ИЗМЕНЕНИЯ КЛИМАТА

Веряева М.А.

Федеральное казенное образовательное учреждение высшего образования «Академия права и управления федеральной службы исполнения наказаний», Рязань

Научный руководитель Швайка О.И.

Частное образовательное учреждение высшего образования «Московский университет имени С.Ю. Витте», филиал в г. Рязань

В данной статье рассматриваются проблемы изменения климата, оказывающие существенное влияние на экономику. Климатические изменения затрагивают различные области человеческой деятельности, включая сельское хозяйство, финансовые рынки, энергетику. Чтобы минимизировать экономические последствия изменения климата, предлагается комплексный подход, который включает меры по смягчению воздействия и меры адаптации к новым климатическим реалиям.

Изменение климата стало одной из ключевых проблем, требующих глобальных усилий и комплексных подходов для минимизации его негативных последствий. Современные научные исследования

подчеркивают, что последствия изменения климата касаются не только экологии, но и экономики, что делает этот вопрос важным для различных сфер человеческой деятельности [1].

По данным Межправительственной панели по изменению климата (IPCC), повышение средней глобальной температуры на 1,5°C относительно доиндустриального уровня приведет к значительным изменениям в климатических условиях, что затронет все аспекты экономики: от сельского хозяйства и энергетики до финансовых рынков и государственной политики [2, с. 12].

Одним из наиболее чувствительных к изменениям климата секторов является сельское хозяйство. Повышение температуры и изменение осадков влияют на урожайность и продуктивность сельскохозяйственных культур, а также на здоровье скота. Ученый А.М. Григорьев в своей монографии отмечает, что изменение климата может привести к значительным колебаниям в ценах на продовольственные товары и ресурсные продукты, что, в свою очередь, повышает экономические риски для стран, зависимых от экспорта сельскохозяйственной продукции [3, с. 78].

Согласно исследованиям Д.И. Маслова, увеличение частоты экстремальных погодных явлений, таких как засухи, наводнения и ураганы, серьезно сказывается на производственных процессах, требующих высоких затрат на восстановление инфраструктуры и адаптацию к новым условиям [4, с. 45]. Это приводит к снижению прибыли и увеличению затрат на сельскохозяйственное производство.

Изменения климата также оказывают воздействие на инфраструктуру, особенно на транспортные и энергетические системы. Как пишет В.П. Николаев, повышение уровня моря и увеличение числа экстремальных погодных явлений могут привести к разрушению инфраструктуры, включая дороги, мосты и железные дороги, что требует больших затрат на восстановление [5, с. 34].

Кроме того, высокие температуры и частые засухи снижают эффективность работы энергетических систем, особенно в странах с высокой зависимостью от гидроэнергетики. В свою очередь, это увеличивает стоимость энергоресурсов и приводит к дефициту энергии в некоторых регионах [6].

Одним из прямых последствий изменения климата является ухудшение здоровья населения, особенно в странах с низким уровнем медицинского обслуживания. Исследования О.В. Дубровской подтверждают, что повышение температуры приводит к увеличению числа заболеваний, связанных с жарой, таким как тепловой удар, а также увеличивает риск распространения инфекционных заболеваний, таких как малярия и лихорадка [7, с. 55].

Смещение климатических зон способствует миграции болезней в новые регионы, что приводит к дополнительным экономическим затратам на борьбу с эпидемиями и на здравоохранение в целом [8].

Изменение климата оказывает значительное влияние на финансовые рынки, создавая новые риски для инвесторов. Глобальные экономические потрясения, вызванные климатическими изменениями, могут значительно повлиять на стоимость активов и на финансовую стабильность. В.С. Петров отмечает, что изменение климата может привести к повышению неопределенности на финансовых рынках, особенно в сфере страхования и банковского сектора, где компании могут столкнуться с большими убытками от стихийных бедствий [9, с. 62].

С учетом растущих климатических рисков инвесторы и компании все чаще пересматривают свои стратегии и начинают учитывать экологические риски в своих инвестиционных решениях.

Для оценки экономических последствий изменения климата используется ряд моделей, которые позволяют спрогнозировать различные сценарии воздействия климатических изменений на экономику. Одна из таких моделей – это модель интегрированного оценивания, которая используется для оценки воздействия изменения климата на долгосрочные экономические перспективы. А.И. Шмидт и М.Л. Лазарева в своих работах отмечают, что использование таких моделей позволяет учитывать как прямые, так и косвенные последствия климатических изменений [10, с. 28].

Кроме того, разработаны модели оценки рисков, связанные с воздействием изменения климата на определенные секторы экономики, такие как сельское хозяйство, транспорт, энергетика и здравоохранение. Эти модели помогают определять наиболее уязвимые зоны и разрабатывать стратегии адаптации и смягчения воздействия [11].

Для минимизации экономических последствий изменения климата предлагается комплексный подход, включающий как меры смягчения воздействия (например, сокращение выбросов парниковых газов), так и меры адаптации к новым климатическим условиям. В.В. Баринов подчеркивает важность международного сотрудничества и перехода на устойчивые модели развития для достижения целей по снижению воздействия изменения климата на экономику [12].

Меры смягчения включают использование возобновляемых источников энергии, улучшение энергоэффективности и сокращение выбросов углерода. Адаптация, в свою очередь, связана с развитием устойчивых сельскохозяйственных технологий, улучшением инфраструктуры и повышением готовности здравоохранительных систем к изменяющимся климатическим условиям.

Экономические последствия изменения климата становятся все более очевидными и требуют немедленного внимания со стороны правительства, бизнеса и научного сообщества. Внедрение эффективных методов

адаптации и смягчения воздействия позволит не только снизить экономические потери, но и обеспечить устойчивое развитие в условиях меняющегося климата. Разработка и внедрение научных моделей оценки климатических рисков поможет более точно прогнозировать последствия и разрабатывать соответствующие стратегии.

Список использованных источников:

1. Экологическая эффективность: домыслы и реальность / А. Г. Чепик, О. И. Швайка, Ю. А. Мажайский, Ю. В. Доронкин // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2025. – № 3(121). – С. 188-195. – DOI 10.33938/253-188.

2. Межправительственная панель по изменению климата (IPCC). Доклад 2023 года: Влияние изменения климата на глобальную экономику и общество. – Генева, 2023. – С. 12.

3. Баринов В.В. Стратегии адаптации и смягчения воздействия изменения климата. – М.: Глобус, 2019. – С. 13.

4. Григорьев А.М. Экономические последствия изменения климата для сельского хозяйства России. – М.: Изд-во МГУ, 2019. – С. 78.

5. Маслов Д.И. Экстремальные погодные явления и их влияние на экономику России. – СПб.: НИУ ВШЭ, 2021. – С. 45.

6. Швайка, О. И. Экономико-статистический анализ водных ресурсов Российской Федерации / О. И. Швайка // Российская экономика: поиск альтернативных векторов развития в достижении национальных целей : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 29 ноября 2024 года. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2024. – С. 377-392.

7. Николаев В.П. Влияние изменения климата на инфраструктуру России. – М.: Наука, 2020. – С. 34.

8. Чепик, А. Г. Экологическая эффективность в условиях цифровой экономики / А. Г. Чепик, О. И. Швайка // Цифровая трансформация социальных и экономических систем : Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 26 января 2024 года. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2024. – С. 656-665.

9. Дубровская О.В. Здоровье населения в условиях изменения климата. – М.: Медпресс, 2018. – С. 55.

10. Петров В.С. Финансовые риски и изменение климата: новое направление исследования. – М.: Финансовый мир, 2022. – С. 62.

11. Чепик, А. Г. Определение экологической эффективности в сельском хозяйстве нормативно-техническим методом / А. Г. Чепик, О. И. Швайка // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2023. – № 4(47). – С. 57-65. – DOI 10.21777/2587-554X-2023-4-57-65.

12. Швайка, О. И. Развитие сельского хозяйства в условиях постпандемической экономики / О. И. Швайка, И. Н. Гравшина, А. Г. Чепик.

– Москва : Московский университет им. С.Ю. Витте, 2022. – 141 с. – ISBN 978-5-9580-0600-7.

© Веряева М.А., 2025

УДК 347.73

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АКЦИЗА НА САХАРОСОДЕРЖАЩИЕ НАПИТКИ

Винихина А.С., Васильева Т.С.
Научный руководитель Островская Н.Б.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Саратовская государственная юридическая академия», Саратов

На сегодняшний день перед покупателем представлен огромный ассортимент разнообразных сладких безалкогольных газированных напитков. В связи с растущими проблемами общественного здоровья потребление сладких газированных напитков становится все более важной темой для обсуждения. Несмотря на множество противопоказаний врачей спрос на газированные напитки не перестаёт расти, по данным, представленным Gradus Retail Index, в первом квартале 2024 года продажи газированных напитков в России выросли на 8,7% в штуках и в 20% в рублях [1].

Статья 181 Налогового кодекс РФ содержит в себе перечень товаров, которые облагаются акцизом [2]. Принятый 21 декабря 2022 года Федеральный закон N 443-ФЗ, содержащий в себе п.6 ст.2 внёс изменения в перечень подакцизных товаров, указанных в ст. 181 Налогового кодекса РФ [3]. С 1 июля 2023 года эти изменения вступили в силу и сахаросодержащие напитки стали признаваться подакцизными товарами.

В России, как и во многих странах мира, наблюдается рост заболеваемости, связанный с избыточным употреблением сахара. Избыточное потребление сахара может нарушить работу поджелудочной и эндокринной систем, а также привести к избытку сахара в крови. В.В. Палаткин считает из самых серьёзных негативных эффектов сахара на организм человека является повышении риска развития сахарного диабета [4]. Можно сделать вывод, что одной из причин введения акциза на сахаросодержащие напитки является их негативное влияние на здоровье человека.

Кроме того, введение акциза на сахаросодержащие напитки имеет значение как средство получения дополнительных доходов в бюджет РФ, которые в соответствии с заключением Комитета Совета Федерации по социальной политике к федеральному закону №443-ФЗ, направляются на финансирование мероприятий федерального проекта «Борьба с сахарным диабетом» [5].

По мнению П.А. Зориной введение акциза на сахаросодержащие напитки является мировым трендом, так как во многих странах действует этот акциз [6]. Например, Мексика, введя акциз на сахаросодержащие напитки, за год наблюдала снижение их потребления на 5-6%. В Европе, а именно во Франции и Великобритании введение акциза привело к снижению заболеваемости, связанной с избыточным весом.

В Соединённых Штатах Америки, в штатах Западная Вирджинния (с 1951 года) и Арканзас (с 1992 года), были введены акцизы на сладкие газированные напитки с целью снижения ожирения и уменьшения средней массы тела населения. Но, данная мера не привела к существенным результатам, продемонстрировав лишь незначительное снижение индекса массы тела. Данный факт объясняется эффектом замещения, который заключается в переходе потребителей на более дешёвые, но сопоставимые по калорийности альтернативные продукты в ответ на повышение цен на сахаросодержащие напитки.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе нет единого подхода к регулированию потребления сахара. Некоторые страны, такие как Индонезия, отказались от налогов на сахар, в то время как другие, например Индия, рассматривают возможность их введения. Филиппины и Вьетнам, уже имеющие опыт акцизов на сладкие напитки, столкнулись с тем, что ставки в 20% привела к снижению поступлений от других налогов (НДС, налога на прибыль) что по итогу оказало негативное влияние на бюджет.

В.Д. Прожерина считает, что мировой опыт введения акцизов на сладкие напитки имеет неоднозначные последствия: они могут быть как положительными, так и отрицательными [7].С одной стороны, это может привести к снижению потребления вредных напитков и стимулировать производителей к улучшению их состава. С другой стороны, возникают затраты на администрирование налога, увеличивается финансовая нагрузка на малообеспеченных граждан и может снизиться сбор других налогов.

Необходимо уделить особое внимание определению перечня товаров, подпадающих под акциз на сахаросодержащие напитки. Он распространяется на напитки с добавленным сахаром или другими подсластителями, которые создают высокий уровень сахара в продукте. Однако стоит учитывать, что не каждый сахаросодержащий напиток будет считаться подакцизным товаром, поэтому напитки должны отвечать признакам, прописанным Налоговым Кодексом.

Так, согласно части 3 статьи 181 Налогового Кодекса РФ не относятся к сахаросодержащим напиткам: специализированная пищевая продукция с госрегистрацией в соответствии с правом Евразийского экономического союза; обогащенная пищевая продукция, за исключением тонизирующих напитков и напитков с двуокисью углерода; алкоголь с долей этилового спирта больше 0,5%; сусло пивное и другое; плодовые сброженные материалы; соки; сокосодержащие напитки; морс; сироп; молоко; молочная

продукция; кисель; напитки на растительной основе, произведённые из зёрен злаковых, зернобобовых, масличных культур, орехов, кокоса и продуктов их переработки.

Налоговый Кодекс предусматривает, согласно пункту 23 части 1 статьи 181, определённые критерии напитка: упакованные в потребительскую или транспортную упаковку; изготовленные с использованием питьевой или минеральной воды напитки; в состав которых в качестве компонентов входят сахар (глюкоза, фруктоза, сахароза, декстроза, мальтоза, лактоза), и (или) сироп с сахаром, и (или) мёд и количество углеводов в пищевой ценности которых составляет более 5 граммов на 100 мл напитка; объёмная доля этилового спирта не должна превышать 1,2% включительно.

Стоит также подчеркнуть, что акциз на сладкие газированные напитки, в 2023 году составлявший 7 рублей, увеличился до 10 рублей на основании Федерального Закона от 29 октября 2024 года №362-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового Кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты РФ» [8]. Закон, который внес изменения в Налоговый Кодекс РФ, стал результатом предложения Министерства финансов РФ. По словам замминистра А.В. Сазонова, благодаря увеличению, можно будет добиться более значительных результатов в борьбе с избыточным потреблением сахара и обеспечить финансирование программ по борьбе с диабетом [9].

Таким образом, законодательное регулирование налога на сахаросодержащие напитки демонстрирует последовательность, поскольку анализ признаков таких напитков говорит о том, что не все сладкие напитки подпадают под принятые критерии. В связи с этим можно сделать предположение, что в будущем список на сахаросодержащие напитки может быть увеличен. В последующем также будет необходимо проводить мониторинг и оценку эффективности акциза на сахаросодержащие напитки на регулярной основе. Это поможет понять какое влияние акциз оказывает на потребление сладких напитков, также позволит выяснить, как влияет на уровень заболеваемости и на поступления в бюджет. Важно понимать, что решение проблемы избыточного потребления сахара – это долговременная задача, которая требует комплексного и системного подхода. Акциз является всего лишь инструментом для решения ряда проблем.

Список использованных источников:

1. Рынок газированных напитков в РФ в 2023-2024 гг.: лидеры не меняются. RBK-сайт. URL: https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/rynok-gazirovannykh-napitkov-v-rf-v-2023-2024-gg-liderynemenyayutsya/?ysclid=ma58vjequu304271685 (дата обращения: 18.04.2025)

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 28.12.2024) // Российская газета. – 2000. – 10 авг.; Собрание законодательства РФ. – 2024. – № 53. – Ст. 8540.

3. Федеральный закон от 21 ноября 2022г. № 443-ФЗ (ред. от 08.08.2024) "О внесении изменений в статью 4 части первой, часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации"// Собрание законодательства РФ. – 2022. – № 48. – Ст.8310.; Собрание законодательства РФ. – 2024. – № 33. – Ст.4955.

4. Палаткин В. В. Влияние сахара на организм человека / В. В. Палаткин // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. 2017. № 2. С. 42–45.

5. Заключение комитета Совета Федерации Федерального Собрания РФ по социальной политике от 15 ноября 2022 г. № 3.8-04/5015@ по Федеральному закону "О внесении изменений в статью 4 части первой, часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации"//Система обеспечения законодательной деятельности ГАС «Законотворчество» URL:https://sozd.duma.gov.ru/ (дата обращения: 18.04.2025)

6. Зорина П. А. К вопросу о введении акцизного налогообложения на сахаросодержащую продукцию в Российской Федерации/ Зорина П. А., Набережных А. А., Довбыш С. А.// Право и управление 2024. № 12. С. 365–369.

7. Прожерина В.Д. – Регулирование потребления сладких безалкогольных напитков с помощью акцизов // Налоги и налогообложение. - 2022. - № 5. С. 25–39.

8. Федерального Закона от 29 октября 2024 года №362-ФЗ (ред. 29.11.2024) “О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты РФ”//Собрание законодательства РФ. – 2024. – № 45. – Ст.6693.; Собрание законодательства РФ. – 2024. – № 49. – Ст.7407.

9. Минфин России поднимает акцизы на сладкую газировку без снижения порога по сахару. RBK-сайт. URL:https://www.rbc.ru/business/14/10/2024/670d06059a794708349555cd (дата обращения: 20.04.2025).

© Винихина А.С., Васильева Т.С., 2025

УДК 339

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ

Витюгова А.Д., Безматерных А.О.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова», Абакан

В современном мире все организации, независимо от их размера и сферы деятельности, занимаются производством разнообразной продукции, и все они преследуют общую цель – устойчивый рост объемов реализации этих товаров в долгосрочной перспективе. Для достижения этой амбициозной цели, предприятия вынуждены предпринимать целый комплекс мер, направленных на фактическое увеличение продаж производимой продукции.

В современной маркетинговой теории и практике существуют два ключевых понятия, тесно связанных с продвижением товаров: «продвижение продукции на рынок» и «распространение товаров в его пределах». Хотя эти определения имеют определенные сходства, важно понимать, что между ними существуют существенные различия, которые необходимо учитывать при разработке маркетинговых стратегий.

Процесс продвижения товара на рынок начинается задолго до его физического появления на прилавках магазинов, фактически, он начинается с этапа производства. Именно на этом раннем этапе разворачивается активная рекламная деятельность, цель которой – создать осведомленность и интерес к продукту еще до его попадания на рынок. В отличие от этого, распространение продукции – это процесс, который наиболее активно осуществляется в период, когда потребители уже осведомлены о существовании продукта и его основных характеристиках.

Учитывая все эти определения и нюансы, необходимо также учитывать различные стратегии продвижения товаров, применяемые в пределах рынка. Здесь выделяются две основные стратегии: стратегия «тяги» и стратегия «толчка», которые активно используются на внутреннем рынке. Стратегия «толчка» ориентирована на совершенствование методов ведения торговли, примером чего может служить реализация товаров пассивного спроса на дому или с доставкой по указанному потребителем адресу. В свою очередь, стратегия «тяги» предполагает интенсивное воздействие на спрос посредством использования средств массовой информации. На этом этапе целесообразно задействовать все доступные методы рекламы, чтобы добиться желаемого уровня осведомленности и заинтересованности среди потенциальных потребителей. Стоит отметить, что многие современные международные компании успешно применяют

сочетание этих двух стратегий на практике, создавая синергетический эффект.

Базовыми инструментами продвижения в современном мире являются реклама, тщательно продуманный маркетинг, поддержка сбыта продукции, а также использование различных печатных материалов. Важно, чтобы рекламные кампании в полной мере информировали потребителей о появлении новых продуктов на рынке. Кроме того, реклама должна четко указывать на характерные преимущества предлагаемого продукта по сравнению с аналогами, уже представленными на рынке. Необходимо приложить все усилия для максимального повышения интереса к производимой продукции и побуждения потенциальных покупателей к совершению сделки.

Эффективность рекламной деятельности во многом зависит от объема средств, выделенных на ее проведение, а также от правильности их практического применения. Интернет-маркетинг, представляющий собой коммерческую деятельность в сети интернет, комплексно затрагивает все первостепенные элементы классического маркетинга. Главная цель на этом этапе – максимальное извлечение выгоды за счет максимального удовлетворения потребностей целевой аудитории, которая является пользователями сети интернет.

Нельзя обойти вниманием и прямой маркетинг, который является достаточно гибким инструментом программы интегрированного маркетинга. Он служит для поддержания взаимоотношений с потребителями, обеспечивая обратную связь и укрепляя лояльность к бренду. Телемаркетинг, в свою очередь, предоставляет возможность осуществлять коммуникацию с целевой аудиторией посредством телефонов и других современных технологий, упрощая процесс продажи производимой продукции.

Поддержка сбыта зачастую применяется на практике для повышения эффективности деятельности продавцов, она включает в себя поддержку оптового и розничного персонала, проведение презентаций для различных секторов рынка, а также разработку инструкций к продуктам для максимального улучшения информированности продавцов.

Маркетинг взаимоотношений, в свою очередь, представляет собой метод построения долгосрочных взаимовыгодных отношений с поставщиками, потребителями и дистрибьюторами. Долгосрочные отношения с партнерами – это важный фактор, определяющий итоговую конкурентоспособность предприятия.

Посредством эффективного продвижения каждое предприятие может успешно заявить о себе и занять прочное место на рынке. Привлечение покупателя для удовлетворения его потребностей – это выполнимая задача, позволяющая не только помочь своей целевой аудитории, но и получить прибыль от реализованной продукции.

Важной составляющей успешного продвижения является и создание сильного бренда. Бренд – это не просто логотип или название, это совокупность ассоциаций, ожиданий и ценностей, которые потребитель связывает с продуктом или компанией. Узнаваемый и уважаемый бренд облегчает процесс продвижения, повышает лояльность клиентов и позволяет компании устанавливать более высокую цену на свою продукцию.

Нельзя забывать и о важности упаковки товара. Упаковка выполняет не только защитную функцию, но и является важным элементом маркетинговой коммуникации. Привлекательный дизайн, информативность и удобство использования – все это факторы, влияющие на выбор потребителя. Упаковка должна выделять продукт на полке, привлекать внимание и передавать ключевые сообщения бренда.

Современные технологии предоставляют предприятиям широкий спектр инструментов для продвижения продукции. Социальные сети, поисковая оптимизация, контент-маркетинг, email-рассылки – все это позволяет взаимодействовать с целевой аудиторией, информировать о новых продуктах и акциях, а также получать обратную связь от потребителей. Важно использовать эти инструменты комплексно и адаптировать их под конкретные цели и задачи компании.

В заключение, проведенный анализ убедительно демонстрирует, что эффективное продвижение товаров и услуг на современном рынке представляет собой сложный, многоуровневый процесс, который требует не только теоретических знаний в области маркетинга, но и практических навыков их применения в постоянно меняющихся рыночных условиях. Особую важность приобретает ориентация на потребности и предпочтения целевой аудитории, поскольку именно глубокое понимание психологии потребителя позволяет создавать по-настоящему эффективные маркетинговые кампании.

Крайне значимым аспектом является сбалансированное сочетание стратегий «тяги», направленных на формирование спроса со стороны потребителей, и стратегий «толчка», ориентированных на стимулирование сбыта через торговые сети. Такой комплексный подход обеспечивает максимальный охват аудитории и создает синергетический эффект.

Не менее важную роль играет грамотное использование всего арсенала современных маркетинговых инструментов. К ним относятся не только традиционные методы, такие как реклама в СМИ и печатных изданиях, но и цифровые технологии – интернет-маркетинг, контент-маркетинг, SEO-оптимизация, таргетированная реклама в социальных сетях, а также методы прямого маркетинга, включая email-рассылки и SMS-информирование. Особое место занимает маркетинг взаимоотношений (CRM), который позволяет выстраивать долгосрочные связи с клиентами, повышая их лояльность и вовлеченность в бренд.

В условиях высокой конкуренции успех компании определяется не только краткосрочным ростом продаж, но и способностью формировать устойчивые партнерские отношения со всеми участниками рынка – от поставщиков и дистрибьюторов до конечных потребителей. Таким образом, конечная цель маркетинговых усилий заключается не просто в увеличении прибыли, но и в создании прочной основы для долгосрочного развития бизнеса, основанного на доверии, взаимной выгоде и постоянном совершенствовании предлагаемых решений.

Список использованных источников:

1. Орловская Л. Маркетинговые коммуникации // Ж. Маркетолог. – №4. – 2002. – С. 4–6.

2. Росситер Дж. Реклама и продвижение товаров / Дж. Росситер, Л. Перси. – С-П., 2000. – С. 139–147.

3. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. – С-П., 2006. – С. 517–521.

4. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. – М.: Эксмо, 2006.

© Витюгова А.Д., Безматерных А.О., 2025

УДК 338.24, 004.8

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Волков А.С., Криворотова Д.А.

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

Современная легкая промышленность переживает этап глубокой цифровой трансформации, и искусственный интеллект (ИИ) играет в этом процессе ключевую роль. В условиях растущих требований к скорости производства, персонализации продукции и экологичности процессов, внедрение ИИ становится не просто трендом, а необходимостью. Текстильные, швейные и обувные предприятия все чаще обращаются к подобным технологиям в целях повышения эффективности, сокращения издержек и соответствия запросам потребителей.

Актуальность применения ИИ в легкой промышленности обусловлена несколькими трендами. Во-первых, автоматизация рутинных операций, таких как раскрой тканей или контроль качества, позволяет значительно ускорить производство и минимизировать ошибки. Компьютерное зрение, например, способно мгновенно обнаруживать дефекты материала, недоступных для человеческого глаза. Во-вторых, ИИ-алгоритмы способны оптимизировать логистику и управление цепочками поставок за счет точного прогнозирования рыночного спроса, что особенно

важно в условиях динамичности fashion-индустрии, где тренды меняются стремительно. В-третьих, данные технологии позволяют персонализировать продукцию. Алгоритмы машинного обучения анализируют предпочтения потребителей и предлагают индивидуальные дизайнерские решения, что делает продукцию производства более клиентоориентированной. Кроме того, ИИ способствует устойчивому развитию отрасли, позволяя оптимизировать расчет потребности в необходимых ресурсах, минимизировать производственные отходы и определять внедрение экологичных альтернатив традиционных материалов.

Таким образом, ИИ становится мощным инструментом модернизации легкой промышленности, позволяя ей адаптироваться к динамичному рынку и меняющимся запросам общества. Будущее отрасли будет определяться способностью предприятий эффективно использовать интеллектуальные технологии, сочетая инновации с традиционными методами производства.

Современная легкая промышленность активно внедряет технологии искусственного интеллекта, трансформируя традиционные процессы и открывая новые возможности для роста эффективности. Как показывают исследования, ИИ уже сегодня применяется на различных этапах производства – от разработки дизайна до финальной проверки качества готовых изделий [1].

В 2024 году рост объема мирового программного обеспечения на основе ИИ, разработанного для промышленности, составил 14%, расходы в данной сфере достигли 6,79 млрд. долл., что обусловлено усилением спроса на автоматизацию промышленного производства [2]. Что касается применения ИИ на отечественных предприятиях, то оно ограничено ввиду ряда факторов, таких как: высокая стоимость внедрения; нехватка вычислительных мощностей; дефицит кадров, обладающих необходимой квалификацией; технологические сложности интеграции новых систем с существующими производственными процессами; низкий уровень доверия к результатам, получаемых с помощью ИИ; обеспечение кибербезопасности и конфиденциальности данных. Тем не менее, среди компаний, применяющих ИИ, можно отметить ООО «ЕВРОТЕКС», корпорация JUKI, ОАО «ИСКОЖ», ООО «Термопол» и другие.

Технологии ИИ используются на всех этапах жизненного цикла изделия. 1 этап – маркетинговые исследования: автоматизация сбора данных и онлайн мониторинг потребительских предпочтений. 2 этап – разработка моделей и технической документации: прогнозирование механических и физических свойств продукции, создание лекал, разработка дизайна, формирование цветовой гаммы изделия. 3 этап – изготовление изделий: роботизация производства, планово-предупредительный ремонт оборудования, производство пряжи и определение ее качества, крашение тканей, проверка цветовых характеристик, проверка конечного изделия,

идентификация и анализ дефектов. 4 этап – реализация изделий: управление цепочками поставок и мерчендайзинг [3].

Одним из ключевых направлений использования ИИ стало проектирование и создание эскизов. Алгоритмы на основе нейросетей анализируют актуальные тренды, исторические данные о спросе и даже социальные сети, чтобы предлагать дизайнерам наиболее перспективные варианты моделей. Это значительно ускоряет процесс разработки новых коллекций и снижает риски выпуска непопулярной продукции. В швейном производстве ИИ оптимизирует раскрой материалов, рассчитывая оптимальные схемы размещения лекал, что позволяет минимизировать отходы ткани и сокращать затраты.

Еще одной важной областью применения является контроль качества. Системы компьютерного зрения, обученные на тысячах изображений, способны с высокой точностью обнаруживать дефекты – неравномерность окраски, брак строчки или повреждения ткани. Такие решения не только повышают стандарты качества, но и снижают зависимость от человеческого фактора. Кроме того, ИИ используется для прогнозирования спроса и управления запасами, анализируя данные о продажах, сезонности и даже погодных условиях. Это помогает компаниям избегать как избыточного производства, так и дефицита востребованных товаров.

Следует отметить, что легкая промышленность все активнее использует популярные ИИ-инструменты, изначально созданные для других сфер – от генерации текстов до создания изображений. Такие платформы, как ChatGPT и Midjourney, находят неожиданное, но крайне эффективное применение в дизайне, маркетинге и продажах модной продукции. Как отмечают исследователи, данные инструменты позволяют компаниям сокращать издержки, ускорять процессы и предлагать клиентам принципиально новый опыт взаимодействия с брендом [4].

Midjourney и аналогичные нейросети для генерации изображений активно используются ведущими дизайнерскими домами и масс-маркет брендами. С их помощью создаются уникальные принты для тканей, концепт-эскизы будущих коллекций и даже рекламные кампании. Например, можно быстро визуализировать, как будет выглядеть платье из новой ткани в разных цветовых решениях не затратив время на ручную отрисовку. Для маркетинговой деятельности нейросети генерируют фотореалистичные изображения моделей в одежде, которая еще не отшита, что позволяет тестировать спрос на продукты до запуска производства.

ChatGPT и другие языковые модели оптимизируют работу с контентом. Они пишут продающие описания товаров, SEO-оптимизированные тексты для сайтов, сценарии рекламных роликов и даже персональные предложения для клиентов. Например, нейросеть может автоматически создавать сотни вариантов описаний одной и той же куртки, адаптируя стиль изложения под разные аудитории – от люксового сегмента

до спортивного стиля. В службе поддержки чат-боты на базе подобных технологий круглосуточно консультируют покупателей, помогая с подбором размеров или составлением комплектов.

Особенно перспективно сочетание этих технологий. Можно попросить ChatGPT придумать концепцию капсульной коллекции, затем на основе текстового описания сгенерировать визуализацию в Midjourney, а после – автоматически создать маркетинговые материалы для продвижения. Такой подход сокращает время от идеи до реализации с месяцев до дней.

Но, несомненно, эти инструменты не заменяют специалистов, а многократно усиливают их возможности. Дизайнеры получают в руки мощный инструмент для быстрого прототипирования, маркетологи – бесконечный источник контента, а покупатели – более персонализированный шоппинг-опыт. В ближайшие годы интеграция подобных ИИ в легкую промышленность станет не инновацией, а стандартом работы для всех, кто хочет оставаться конкурентоспособным на стремительно меняющемся рынке моды.

Таким образом, применение искусственного интеллекта в легкой промышленности открывает новые возможности для оптимизации производства и усиления маркетинговых стратегий. От автоматизации контроля качества до генерации дизайнов с помощью нейросетей – ИИ становится ключевым инструментом в конкурентной борьбе за потребителя. Компании, внедряющие эти технологии уже сегодня, получают значительное преимущество, сокращая издержки и ускоряя выход на рынок. Однако успешная интеграция требует не только технологических инвестиций, но и пересмотра традиционных бизнес-процессов. Будущее легкой промышленности – за разумным сочетанием человеческого креатива и возможностей искусственного интеллекта.

Список использованных источников:

1. Журнал «Легкая промышленность. Курьер» [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: https://lp-magazine.ru (дата обращения 30.04.2025)

2. Искусственный интеллект в производственной сфере [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Искусственный_интеллект_в_производственной_сфере (дата обращения 30.04.2025).

3. Криворотова Д. А. Применение искусственного интеллекта как область возникновения рисков предприятий легкой промышленности / Д. А. Криворотова // Дизайн и технологии. – 2024. – № 100(142). – С. 100-106. – EDN NCGKAP.

4. Телеграм-канал Агатов Борис Tech Магазин 4.0 [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: https://t.me/agatov_tech](https://t.me/agatov_tech) (дата обращения 30.04.2025)

© Волков А.С., Криворотова Д.А., 2025

УДК 330.101.541

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РОССИИ

Воронцова А.А., Муравьева Н.А.
Научный руководитель Чернышов А.Н.
Нижегородский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Нижний Новгород

Глобализация представляет собой мощный фактор, который оказывает влияние на развитие экономических систем различных стран Мира, включая нашу страну – Российскую Федерацию. Процессы интеграции и открытия новых рынков приводят как к возможностям для роста и развития, так и к значительным рискам и вызовам. В условиях устойчивого увеличения взаимозависимости экономик мирового пространства, роль государства в регулировании экономики становится ключевой для обеспечения конкурентоспособности, стабильности и устойчивого роста страны на международной арене.

Стоит сказать, что государственное регулирование экономики – это совокупность мер, принимаемых органами государственной власти для воздействия на экономические процессы в стране и за её пределами с целью достижения определенных социально-экономических результатов. Но, к примеру, шотландский экономист Адам Смит считал, что государственное регулирование необходимо только тогда, когда возникает реальная угроза всеобщему благу. Государство должно придерживаться принципа нейтральности, поддерживать порядок и защищать частную собственность и конкуренцию.

«К основным экономическим функциям государства можно отнести обеспечение общенациональной безопасности в стране, включая ее обороноспособность, экономическую безопасность и сохранение экологии, организацию денежного обращения, производство важных общественных благ для населения (медицина, образование, культура, социальные трансферты и т.д.) и снижение социального неравенства, а также ограничение влияния монопольной власти, защита от отрицательных последствий воздействия «внешних эффектов», сглаживание колебаний экономического цикла и макроэкономическая стабилизация» [4, с. 55].

Несомненно, глобализация приводит к увеличению объемов внешней торговли и иностранных инвестиций; росту конкуренции на внутреннем рынке; миграции рабочей силы; изменению технологий и внедрению инноваций.

Однако глобализация также представляет собой определённые риски, например, зависимость от внешних экономических условий, уязвимость к международным кризисам и угрозы для национальной безопасности всего государства в целом. «Во многих развитых странах с рыночной экономикой государство оказывает значительное влияние на решение проблем государственных и частных производителей посредством субсидий, путем регулирования деятельности производства, финансирования различных федеральных и государственных программ, предоставления субсидий на приобретение оборудования, а также частным лицам в социальной сфере» [1, с. 94].

Для смягчения негативных последствий глобализации, Российская Федерация активно использует механизмы регулирования, включая налоговую политику, инвестиционные механизмы, внешнеэкономическую политику и поддержку стратегически важных отраслей. Рассмотрим некоторые механизмы подробнее:

Фискальная политика. Фискальная политика в России включает в себя налогообложение, распределение бюджетных средств и социальные программы, направленные на поддержание стабильности и развитие ключевых секторов не только экономики, но и социальной сферы. «ФНС России подвела итоги налоговых поступлений за 2024 год. Всего в бюджетную систему в прошлом году поступило 56,3 трлн. рублей, что на 9,5 трлн. рублей, или на 20,3% больше, чем в 2023 году. Поступления в консолидированный бюджет выросли год к году на 7,3 трлн. рублей, или на 20,1%, до 43,5 трлн. рублей, в федеральный бюджет – на 5,1 трлн. рублей, или на 26,1%, до 24,8 трлн. рублей, в консолидированные бюджеты субъектов РФ – на 2,2 трлн. рублей, или на 13,1%, до 18,7 трлн. рублей» [3].

Монетарная политика. Центральный банк Российской Федерации осуществляет монетарное регулирование, направленное на поддержание ценовой стабильности и устойчивости финансовой системы, что в условиях глобализации особенно важно для снижения рисков валютных колебаний. «Уже в 2025 году инфляция снизится до 4,5-5%, затем она стабилизируется вблизи 4%. Для этого ЦБ будет поддерживать жесткие денежно-кредитные условия, в т.ч. высокую ключевую ставку. Средняя ставка в 2024 году составит 17,5%, в 2025 году – 17-20%, в 2026 году – 12-13%. К 2027 году она снизится до 7,5-8,5%» [5].

«Первостепенной задачей государственного регулирования экономики, безусловно, является обеспечение стабильной экономики, которая должна постоянно расти. Решение данной задачи в первую очередь зависит от способности государственных структур осуществлять управление экономической системой страны» [2, с. 120].

Несмотря на меры, принимаемые нашей страной, для регулирования экономики, стоит сказать, что существуют проблемы, такие как: коррупция,

административные барьеры, недостаточная прозрачность регулирования и неравномерное экономическое развитие регионов.

В перспективе для успешного государственного регулирования необходимо: совершенствование правовой базы; упрощение процедур для ведения бизнеса; поддержка научных исследований и инновационных разработок; усиление международного сотрудничества.

Таким образом, государственное регулирование экономики в Российской Федерации в условиях глобализации играет ключевую роль в обеспечении стабильности и устойчивого развития всей страны в целом. В условиях глобализации, государственное регулирование экономики сталкивается с рядом значительных вызовов. Во-первых, усиливающаяся конкуренция со стороны международных компаний может угрожать российским производителям, что требует от государства разработки эффективных мер их поддержки. Во-вторых, необходимость адаптации национальных регуляторных норм к международным стандартам создает дополнительные сложности, особенно в условиях экономической зависимости от внешних рынков. Социальные и экологические последствия глобализации также требуют внимания, потому что они могут негативно сказаться на уровне жизни населения и окружающей среды. Эффективные механизмы регулирования экономики способны не только защитить её от негативных внешних воздействий, но и создать условия для реализации внутреннего потенциала нашей страны.

В дальнейшем следует продолжать совершенствование методов государственного воздействия на экономику Российской Федерации, учитывая постоянно изменяющиеся условия глобального рынка. Углубление экономического сотрудничества с другими странами и интеграция в международные рынки откроют новые возможности для роста экономики нашей страны в целом. Важно также акцентировать внимание на инновациях и научных разработках, что позволит России занять более устойчивые позиции в глобальной экономике.

Список использованных источников:

1. Багирова, Э. В. Государственное регулирование национальной экономики России / Э. В. Багирова, А. А. Симонян. – Текст : электронный // Инновационные аспекты развития науки и техники. – 2021. – №7. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennoe-regulirovanie-natsionalnoy-ekonomiki-rossii-1 (дата обращения: 14.04.2025). – Режим доступа: свободный.

2. Баранова, Д. М. Особенности государственного регулирования экономики в России / Д. М. Баранова, П. А. Ожгихина, А. Н. Кузяшев. – Текст : электронный // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – №12-1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-gosudarstvennogo-regulirovaniya-

ekonomiki-v-rossii (дата обращения: 14.04.2025). – Режим доступа: свободный.

3. Более 56 трлн рублей поступило в бюджетную систему в 2024 году // Федеральная налоговая служба : [официальный сайт]. 2025. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/news/activities_fts/15841044/?ysclid=mab92yqrej14179586 (дата обращения: 05.05.2024).

4. Герсонская, И. В. Государственное регулирование экономики: эволюция концепций и современные приоритеты в России / И. В. Гексонская. – Текст : электронный // Известия СПбГЭУ. – 2024. – №1 (145). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennoe-regulirovanie-ekonomiki-evolyutsiya-kontseptsiy-i-sovremennye-prioritety-v-rossii (дата обращения: 14.04.2025). – Режим доступа: свободный.

5. Денежно-кредитная политика: ЦБ РФ опубликовал основные направления на 2025 – 2027 годы // КонсультантПлюс.Новости : [официальный сайт]. 2025. URL: https://www.consultant.ru/legalnews/26801/?ysclid=mab97h883t689739169 (дата обращения: 05.05.2024).

© Воронцова А.А., Муравьева Н.А., 2025

УДК 334.021

УПРАВЛЕНЧЕСКО-ПРАВОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА

Гандембул А.И.
Научный руководитель Ильин С.Ю.
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)», Москва

Хозяйственный механизм – очень сложная по структуре движущая система общественного воспроизводства, состоящая из множества органично взаимосвязанных между собой систем, не допускающих одностороннего подхода к анализу своего функционирования [1, 4, 9, 11]. Упрощенность действий лиц, отвечающих за его проведение, вызывает разрушение структурных звеньев в логистической цепочке, дисбаланс между стадиями воспроизводственных процессов, что, в конце концов, оборачивается нарушением общественных интересов, разобщает население из-за несправедливого распределения благ, первичным образом, по причине неравномерности доходов и приводит к социальным кризисам, подрывающим устойчивость национального развития, национальную безопасность, в том числе с внешней стороны государства [2, 3, 6]. Вследствие такой объективной реальности посвятим исследование управленческому сектору хозяйственного механизма, являющегося его

головным структурным элементом, связанным с определением целей и задач его развития на основе комплексного анализа показателей менеджмента, играющего важную роль в принимаемых решениях, поскольку его ядром выступают закономерности руководства, направленного на сочетание коллективных интересов с интересами каждого индивидуума по построению оптимальных взаимоотношений между людьми [5, 7, 8, 10, 12]. Такая модель возможна только при неотъемлемости менеджерских и юридических действий, несогласованность которых не только не решает, но и усугубляет хозяйственные проблемы, еще больше внося эрозию в общественные отношения с возможным перерастанием в социальный кризис, не нужный ни государству, ни народу по объясненным ранее причинам. Успешность функционирования управленческо-правовой системы автором предлагается определять по ряду показателей, конкордирующимися с типичными индикаторами, служащими общепринятыми мерилами для оценки эффективности хозяйственного механизма. Иначе говоря, автором будут представлены управленческо-правовые показатели его функционирования с акцентом на устоявшиеся традиционные учения о результативности и затратности (прямых и косвенных индикаторах), отражающих уровень доходности, прибыльности и расходности хозяйственных операций и взаимодействие базовых элементов производительных сил (человеческих и инвестиционных ресурсов).

1. Интегральные управленческо-правовые показатели функционирования хозяйственного механизма:

совокупные доходы и совокупная прибыль в расчете на единицу суммарных расходов по координированию и контролю операций по поступлению и совершенствованию использования человеческих ресурсов или человеческого капитала, формированию, поступлению и совершенствованию использования долгосрочных и краткосрочных инвестиционных ресурсов или инвестиционного капитала (общая оборачиваемость и общая прямая рентабельность управленческо-правовых расходов);

расходы по координированию и контролю операций по поступлению и совершенствованию использования человеческих ресурсов или человеческого капитала, формированию, поступлению и совершенствованию использования долгосрочных и краткосрочных инвестиционных ресурсов или инвестиционного капитала на единицу совокупных доходов и совокупной прибыли (общая закрепляемость и общая косвенная рентабельность управленческо-правовых расходов).

2. Индивидуальные управленческо-правовые показатели функционирования хозяйственного механизма:

совокупные доходы и совокупная прибыль в расчете на единицу расходов по координированию и контролю операций по поступлению и

совершенствованию использования человеческих ресурсов или человеческого капитала (оборачиваемость и прямая рентабельность управленческо-правовых расходов человеческого капитала);

расходы по координированию и контролю операций по поступлению и совершенствованию использования человеческих ресурсов или человеческого капитала в расчете на единицу совокупных доходов и совокупной прибыли (закрепляемость и косвенная рентабельность управленческо-правовых расходов человеческого капитала);

совокупные доходы и совокупная прибыль в расчете на единицу расходов по формированию, поступлению и совершенствованию использования долгосрочных инвестиционных ресурсов или долгосрочного инвестиционного капитала (оборачиваемость и прямая рентабельность управленческо-правовых расходов долгосрочного инвестиционного капитала);

расходы по формированию, поступлению и совершенствованию использования долгосрочных инвестиционных ресурсов или долгосрочного инвестиционного капитала на единицу совокупных доходов и совокупной прибыли (закрепляемость и косвенная рентабельность управленческо-правовых расходов долгосрочного инвестиционного капитала);

совокупные доходы и совокупная прибыль в расчете на единицу расходов по формированию, поступлению и совершенствованию использования краткосрочных инвестиционных ресурсов или краткосрочного инвестиционного капитала (оборачиваемость и прямая рентабельность управленческо-правовых расходов краткосрочного инвестиционного капитала);

расходы по формированию, поступлению и совершенствованию использования краткосрочных инвестиционных ресурсов или краткосрочного инвестиционного капитала на единицу совокупных доходов и совокупной прибыли (закрепляемость и косвенная рентабельность управленческо-правовых расходов краткосрочного инвестиционного капитала).

Авторский подход к исчислению управленческо-правовых показателей функционирования хозяйственного механизма имеет свои достоинства, проявляющиеся, с одной стороны, в соблюдении классических научных постулатов определения непосредственных и опосредованных показателей эффективности, с другой стороны, в органичном сочетании общих и частных индикаторов, позволяющем оперативно находить резервы оптимизации менеджмента без несения правовой ответственности, и это благоприятно скажется на гармонизации экономической и социальной сфер жизнедеятельности и политической стабильности в государстве.

Предложенный инструментарий к исчислению управленческо-правовых показателей окажет содействие менеджерам в проведении качественного анализа функционирования данной системы и ее

оптимизации за счет интенсификации руководящих действий, влияющих, в свою очередь на оптимизацию всего хозяйственного механизма, что крайне положительно отразится на социально-экономическом благополучии нации и государственного развития.

Список использованных источников:

1. Голубев С.С., Губин А.М., Романенко Н.Ю. Проектный анализ. – М., 2024. – 139 с.

2. Губин А.М. К вопросу реализации потенциала экономической интеграции для обеспечения безопасности экономики региона // Актуальные вопросы устойчивого развития регионов, отраслей, предприятий. – 2023. – С. 125-129.

3. Ильин С.Ю. Управление интенсивным использованием основных производственных фондов в сельскохозяйственном производстве (на материалах Удмуртской Республики): Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Ижевск, 2003. – 24 с.

4. Ильин С.Ю. Управление интенсивным использованием основных производственных фондов в сельскохозяйственном производстве (на материалах Удмуртской Республики): Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Ижевск, 2003. – 185 с.

5. Ильин С.Ю. Оценка эффективности использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве Удмуртской Республики // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 1. – С. 33-34.

6. Ильин С.Ю. Анализ эффективности интенсификации использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве Удмуртской Республики // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 3. – С. 56-58.

7. Ильин С.Ю. Пути повышения эффективности использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве Удмуртии // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 5. – С. 42-44.

8. Ильин С.Ю. Основы менеджмента. – Ижевск, 2013. – 60 с.

9. Ильин С.Ю. Фондосберегающее направление эффективности использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве региона // Вестник ИжГТУ имени М.Т. Калашникова. – 2013. – № 1 (57). – С. 66-68.

10. Песчанникова А.Р., Оленева О.С. Основные проблемы развития современной текстильной и легкой промышленности в России // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2023. – № 4 (406). – С. 76-80.

11. Радько С.Г., Зотикова О.Н., Соколов Л.А., Печеная Л.Т. Подходы к выявлению резервов повышения конкурентоспособности производителей

промышленной продукции // Дизайн и технологии. – 2023. – № 95 (137). – С. 113-121.

12. Романенко Н.Ю. Роль инновационно-инвестиционной стратегии в процессе стратегического развития предприятия // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2009. – № 11 (41). – С. 13-14.

© Гандембул А.И., 2025

УДК 330.8

НОВАЯ ЭКОНОМИКА: ТРАНСФОРМАЦИИ, ВЫЗВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ И ГЛОБАЛИЗАЦИЕЙ

Гареева Д.Р., Рафиков Р.И.
Нефтекамский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Уфимский университет науки и технологий», Нефтекамск

В последние десятилетия термин «новая экономика» стал широко использоваться для описания трансформаций, происходящих в экономических системах, обусловленных развитием информационных технологий, глобализацией и изменениями в производственных процессах. Эта концепция охватывает множество аспектов, включая изменения в структуре занятости, производительности труда, а также в способах создания и распределения ценностей. Новая экономика не просто представляет собой переход от индустриального к постиндустриальному обществу, но и служит синонимом более сложных процессов, происходящих в обществе, где информация и знания становятся основными факторами производства.

Новая экономика характеризуется не только увеличением роли информации и знаний, но и изменением самого способа ведения бизнеса. В отличие от традиционных моделей, где основное внимание уделялось материальным ресурсам, новая экономика акцентирует внимание на интеллектуальном капитале, инновациях и креативности. Это приводит к тому, что компании, использующие современные технологии для оптимизации своих процессов, становятся более конкурентоспособными.

Одним из ключевых аспектов новой экономики является экономика знаний. Это концепция, которая подчеркивает важность знаний как основного ресурса, способствующего экономическому росту и развитию. В условиях глобализации и быстрого технологического прогресса, экономика знаний становится важной не только для отдельных стран, но и для всего мира. Она включает в себя не только высокие технологии, но и образование, науку, культуру и другие сферы, где знания играют ключевую роль [1].

С начала 1960-х годов мир наблюдает формирование постиндустриального общества, в котором происходит значительное изменение в структуре занятости. Растет доля занятых в сфере услуг, науки и образования, в то время как традиционные производственные отрасли постепенно теряют свою доминирующую позицию. Это изменение связано с развитием технологий, которые позволяют автоматизировать многие процессы, что, в свою очередь, приводит к снижению потребности в ручном труде [2].

Информационные технологии становятся основой для новых бизнес-моделей. Компании, использующие интернет и цифровые платформы, способны быстро адаптироваться к изменениям на рынке и предлагать инновационные решения. Это создает новые возможности для предпринимателей и способствует развитию стартапов, которые становятся важными игроками в экономике.

Новая экономика также приводит к изменению структуры валового внутреннего продукта (ВВП). Доля высокотехнологичных и наукоемких товаров в общем объеме производства растет, что свидетельствует о смещении акцентов в сторону инновационной деятельности. По состоянию на 2023 год, доля высокотехнологичных товаров в России составила 23.5%, что является незначительным увеличением по сравнению с 2015 годом. Это указывает на необходимость дальнейшего развития высоких технологий и внедрения инновационных решений в промышленность.

Однако, несмотря на положительные изменения, уровень инновационной активности организаций в России остается относительно низким. По данным на 2023 год, он превышает 11%, что также говорит о том, что необходимо активизировать усилия по внедрению инноваций в различные отрасли экономики. Доля расходов на научные исследования и разработки в ВВП остается на уровне 1%, что является недостаточным для обеспечения устойчивого роста экономики и конкурентоспособности на международной арене [3].

На глобальном уровне новая экономика сталкивается с рядом серьезных вызовов, таких как изменение климата, неравенство и глобальные экономические дисбалансы. Эти проблемы требуют комплексного подхода и активного участия всех секторов общества. Устойчивое развитие становится важным аспектом, который необходимо учитывать при формировании экономической политики, поскольку оно направлено на удовлетворение потребностей настоящего без ущерба для будущих поколений. В этом контексте компании должны стремиться к внедрению экологически чистых технологий и практик, что не только поможет сохранить окружающую среду, но и создаст новые рабочие места в зеленых технологиях. Переход на устойчивые методы производства и потребления может стать катализатором для инноваций, способствуя развитию новых рынков и возможностей для бизнеса. Кроме того, такие

инициативы могут улучшить общественное здоровье и качество жизни, что в свою очередь повысит уровень социальной ответственности и доверия к компаниям.

Кроме того, необходимо учитывать влияние автоматизации и искусственного интеллекта на рынок труда. Хотя эти технологии могут повысить производительность и снизить затраты, они также могут привести к потере рабочих мест в традиционных отраслях. Поэтому важным аспектом является создание программ поддержки для тех, кто потерял работу из-за автоматизации, и помощь им в переходе на новые рабочие места [6].

Новая экономика представляет собой сложный и многогранный феномен, который требует комплексного подхода к анализу и пониманию. Это не только изменения в производственных процессах, но и трансформация общественных и экономических структур. Для успешного развития новой экономики необходимо учитывать как внутренние, так и внешние факторы, способствующие этому процессу.

Ключевыми аспектами для достижения успеха в новой экономике являются образование, инновации, устойчивое развитие и сотрудничество между различными секторами общества. Важно, чтобы государственные органы, бизнес и образовательные учреждения работали вместе, создавая условия для роста и процветания в условиях новой экономики. Только так можно обеспечить устойчивый экономический рост, повысить уровень жизни населения и создать конкурентоспособную экономику на глобальной арене.

Список использованных источников:

1. Башкиров, М. П. Экономика в современном мире / М. П. Башкиров. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2024. – № 30 (529). – С. 69-70. – URL: https://moluch.ru/archive/529/116874/ (дата обращения: 27.04.2025).

2. Чарыев, Я. А. Развитие экономики Великой Парфянской империи / Я. А. Чарыев, Т. А. Гульбердыева. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2023. – № 4 (451). – С. 416-418. – URL: https://moluch.ru/archive/451/99482/ (дата обращения: 27.04.2025).

3. Шамсутдинова О.А., Рафиков Р.И. Российская экономика в условиях санкций // Форум. – 2023. – № 3(29) – С. 84-89.\

4. Белоусова, А. Д. Влияние социальной дифференциации на экономический рост / А. Д. Белоусова, Ю. В. Левочкина. – Текст : непосредственный // Юный ученый. – 2022. – № 5 (57). – С. 40-45. – URL: https://moluch.ru/young/archive/57/3034/ (дата обращения: 27.04.2025).

5. Андрианов, М. В. Роль и задачи образования в современном обществе / М. В. Андрианов. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2023. – № 1 (448). – С. 21-23. – URL: https://moluch.ru/archive/448/98634/ (дата обращения: 27.04.2025).

6. Негашев, Л. В. Современные вызовы бизнес-организаций в вопросе управления человеческими ресурсами / Л. В. Негашев. – Текст : непосредственный // Исследования молодых ученых : материалы XCVII Междунар. науч. конф. (г. Казань, февраль 2025 г.). – Казань : Молодой ученый, 2025. – С. 28-32. – URL: https://moluch.ru/conf/stud/archive/531/18878/ (дата обращения: 27.04.2025).

7. Кавардаков В.Л., Рафиков Р.И. Новейшие технологии в сфере экономики и бизнеса, их роль в современной жизни общества // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2023. – № 5(81). – С. 260-263.

© Гареева Д.Р., Рафиков Р.И., 2025

УДК 338.467.6

НЕВЗАИМОЗАМЕНЯЕМЫЕ ТОКЕНЫ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ОГРАНИЗАЦИИ

Гарипов Д.Р., Гареева Д.Р., Рафиков Р.И.
Нефтекамский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Уфимский университет науки и технологий», Нефтекамск

Невзаимозаменяемые токены (NFT) становятся важным инструментом в цифровой экономике, открывая новые горизонты для монетизации цифровых активов и формирования инновационных бизнес-моделей. Эти уникальные цифровые активы представляют собой право собственности на конкретные объекты, записанные в блокчейне, что обеспечивает их безопасность и прозрачность. В отличие от взаимозаменяемых токенов, таких как биткойн, каждый NFT обладает своими уникальными атрибутами, что делает его неповторимым. Это свойство позволяет создателям контента, таким как художники, музыканты и писатели, защищать свои права и эффективно монетизировать свои произведения.

В последние годы NFT стали популярными среди различных категорий пользователей, включая коллекционеров, инвесторов и обычных потребителей. Художники и создатели контента могут устанавливать собственные цены на свои работы и получать роялти от вторичных продаж. Это создает устойчивый поток дохода и снижает зависимость от традиционных посредников, таких как галереи и аукционные дома, которые часто забирают значительную часть прибыли. NFT предоставляют возможность напрямую взаимодействовать с аудиторией, что усиливает связь между создателями и их поклонниками.

Однако рынок NFT также привлекает инвесторов, желающих спекулировать на ценах токенов. Высокая волатильность цен создает

возможности для получения прибыли, но также влечет за собой риски, подчеркивая необходимость глубокого понимания экономических механизмов, действующих на этом рынке. Инвесторы должны учитывать не только потенциальную прибыль, но и возможные потери, связанные с резкими колебаниями цен на NFT. Это создает необходимость в более тщательном анализе и оценке рисков, что может стать важным аспектом для будущих инвестиций в эту область.

С ростом популярности NFT традиционные бизнес-модели начинают адаптироваться к новым условиям. Компании из сфер искусства, музыки и развлечений интегрируют NFT в свои стратегии, что приводит к изменению подходов к созданию и распространению контента. Например, музыкальные исполнители могут выпускать ограниченные коллекции альбомов в формате NFT, что позволяет им контролировать распределение своей музыки и получать прямую прибыль от продаж. Это также открывает новые возможности для маркетинга и взаимодействия с фанатами, позволяя создавать уникальные предложения и специальные мероприятия для владельцев NFT.

Несмотря на все преимущества, рынок NFT сталкивается с серьезными вызовами. Одним из них является отсутствие четких нормативных рамок. Многие страны еще не разработали правила, касающиеся торговли NFT, что создает неопределенность для участников рынка и может привести к юридическим спорам. Это также затрудняет инвестирование в NFT, поскольку потенциальные покупатели могут беспокоиться о легитимности токенов и их правовой защите. Разработка четких и прозрачных нормативных актов станет важным шагом для обеспечения устойчивого развития рынка NFT.

Кроме того, производство и торговля NFT требуют значительных ресурсов и энергии, что вызывает опасения по поводу их воздействия на окружающую среду. Традиционные методы создания NFT, основанные на технологии Proof of Work, могут быть крайне энергоемкими и способствовать увеличению углеродного следа. Переход на более устойчивые технологии, такие как Proof of Stake, может помочь снизить углеродный след и улучшить общественное восприятие NFT. Некоторые платформы уже начали внедрять экологически чистые решения, что может стать важным фактором в привлечении более широкой аудитории и повышении интереса к NFT.

Тем не менее, NFT открывают новые горизонты для инноваций в различных отраслях. Например, в сфере образования их можно использовать для подтверждения достижений студентов, а в недвижимости – для представления прав собственности на объекты. Это создает новые возможности для бизнесов и способствует развитию цифровой экономики. Варианты использования NFT расширяются, включая такие области, как

игры, виртуальная реальность и даже спортивные события, где фанаты могут приобретать уникальные цифровые предметы.

Таким образом, невзаимозаменяемые токены представляют собой важный элемент цифровой экономики, способствуя созданию инновационных систем организаций. Они открывают новые возможности для монетизации, инвестиций и формирования устойчивых бизнес-моделей. Однако для обеспечения долгосрочного успеха необходимо учитывать вопросы регулирования, налогообложения и экологические аспекты. Взаимодействие между художниками, коллекционерами, инвесторами и законодателями станет ключевым для формирования устойчивой экосистемы цифрового искусства и эффективного функционирования рынка NFT.

NFT не только меняют подход к цифровым активам, но и также трансформируют способы взаимодействия между создателями и их аудиторией. С каждым годом мы наблюдаем, как новые технологии и бизнес-модели, основанные на NFT, находят применение в самых разных сферах. Это создает уникальные возможности для инноваций, позволяя компаниям и индивидуальным создателям находить новые способы монетизации и взаимодействия с клиентами.

Одним из наиболее интересных аспектов использования NFT является возможность создания уникального контента и его ограниченных версий. Например, художники могут выпускать ограниченные тиражи своих работ, что повышает их ценность и создаёт ощущение эксклюзивности для коллекционеров. Это также позволяет создать вторичный рынок, где владельцы могут продавать свои NFT, что может привести к увеличению их стоимости со временем.

В игровой индустрии NFT позволяют игрокам владеть уникальными предметами, которые могут быть использованы в различных играх или даже обменены на другие активы. Это меняет подход к игровому процессу, позволяя игрокам не только развлекаться, но и инвестировать в свои хобби. Игры, использующие технологии блокчейн, могут предлагать новые уровни взаимодействия и вовлеченности, что делает их более привлекательными для игроков.

В сфере спорта NFT также находят свое применение. Спортивные команды и лиги начинают выпускать токены, которые могут представлять собой уникальные моменты из игр, автографы или даже билеты на мероприятия. Это не только создает новые источники дохода для команд, но и позволяет фанатам иметь физическое представление о своей преданности, что усиливает их связь с командой.

Тем не менее, несмотря на все эти положительные аспекты, важно помнить о рисках, связанных с инвестированием в NFT. Волатильность рынка может привести к значительным потерям, особенно для тех, кто не обладает достаточным опытом или знаниями. Поэтому важно проводить

тщательный анализ перед покупкой и учитывать как потенциальные выгоды, так и риски.

Кроме того, экологические проблемы, связанные с производством NFT, требуют внимания. Переход на более устойчивые технологии, такие как Proof of Stake или использование возобновляемых источников энергии, может помочь уменьшить негативное воздействие на окружающую среду и повысить общественное доверие к этой технологии. Это также может стать важным фактором в привлечении более широкой аудитории, особенно среди тех, кто заботится о экологии.

Таким образом, будущее NFT выглядит многообещающим, но для его успешного развития необходимо преодолеть множество вызовов. Сотрудничество между создателями, инвесторами, законодателями и технологическими компаниями станет ключом к созданию устойчивой и безопасной экосистемы. Если все участники рынка будут работать вместе, мы сможем увидеть, как NFT продолжат развиваться и открывать новые горизонты для цифрового искусства, развлечений и бизнеса в целом.

Список использованных источников:

1. Ситник А. А. NFT как объект правового регулирования // Актуальные проблемы российского права. 2022. №12 (145). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nft-kak-obekt-pravovogo-regulirovaniya (дата обращения: 4.05.2025).

2. Кашапова Э. Р., Рыжкова М. В., Ермушко Ж. А., Латышев Н. А. Финансовые пирамиды с использованием NFT-технологии // Векторы благополучия: экономика и социум. 2022. №4 (47). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/finansovye-piramidy-s-ispolzovaniem-nft-tehnologii (дата обращения: 4.05.2025).

3. Ванцовская А. А. Цифровое искусство на блокчейне и NFT-рынок // StudNet. 2021. №7. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoe-iskusstvo-na-blokcheyne-i-nft-rynok (дата обращения: 4.05.2025).

4. Трубчанинова К. А., Коновалова М. Е. NFT-проекты как предмет инвестирования в цифровой экономике // МНИЖ. 2023. №2 (128). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/nft-proekty-kak-predmet-investirovaniya-v-tsifrovoy-ekonomike (дата обращения: 5.05.2025).

5. Умурзакова И. А., Абилова М. Ш. К. Электронный маркетинг как система управления клиентским опытом: технологии и тренды // JMBM. 2025. №11. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnyy-marketing-kak-sistema-upravleniya-klientskim-opytom-tehnologii-i-trendy (дата обращения: 6.05.2025).

6. Шилов К. Д. Криптовалюты: тенденции рынка и санкции // Экономическое развитие России. 2023. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kriptovalyuty-tendentsii-rynka-i-sanktsii (дата обращения: 6.05.2025).

7. Кавардаков В.Л., Рафиков Р.И. Новейшие технологии в сфере экономики и бизнеса, их роль в современной жизни общества // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2023. № 5(81). С. 260-263.

© Гарипов Д.Р., Гареева Д.Р., Рафиков Р.И., 2025

УДК 658.15:330.131.7

ПРЕИМУЩЕСТВА И ОГРАНИЧЕНИЯ МАРЖИНАЛЬНОГО ПОДХОДА АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Глушкова Е.В., Наширванова Я.Ф.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ», Казань

В современных экономических условиях особую актуальность приобретают методы анализа прибыли, позволяющие принимать оперативные управленческие решения [1]. Данная работа представляет собой теоретическое исследование, посвященное сравнительному анализу различных подходов к оценке прибыльности организаций. Маржинальный анализ был выбран в качестве основного объекта исследования в силу его особой значимости для современного бизнеса, функционирующего в условиях высокой рыночной волатильности и усиливающейся конкурентной борьбы. Данный метод обладает уникальными преимуществами, делающими его незаменимым инструментом оперативного управления прибылью предприятия.

Ключевое достоинство маржинального анализа заключается в его способности обеспечивать оперативное принятие управленческих решений благодаря простоте расчетов и наглядности получаемых результатов [2]. В современных условиях, когда скорость реакции на изменения рыночной конъюнктуры становится критически важным фактором успеха, это качество приобретает особую ценность.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью выбора наиболее информативного метода для принятия управленческих решений. В данной работе рассмотрим маржинальный анализ прибыли предприятия, его достоинства и недостатки по сравнению с другими методами.

Целью исследования является сравнение метода анализа прибыли на основе маржинального дохода с альтернативными подходами и определить его преимущества и ограничения.

Особую значимость маржинальному анализу придает его способность выявлять критические точки бизнеса, такие как точка безубыточности и запас финансовой прочности [2]. Эти показатели служат важными

индикаторами финансовой устойчивости предприятия, позволяя своевременно оценивать риски и принимать превентивные меры по стабилизации экономического положения. Анализ прибыли организации - ключевой аспект финансового менеджмента, позволяющий оценить эффективность деятельности [4]. Существует несколько методов такого анализа (рис. 1).

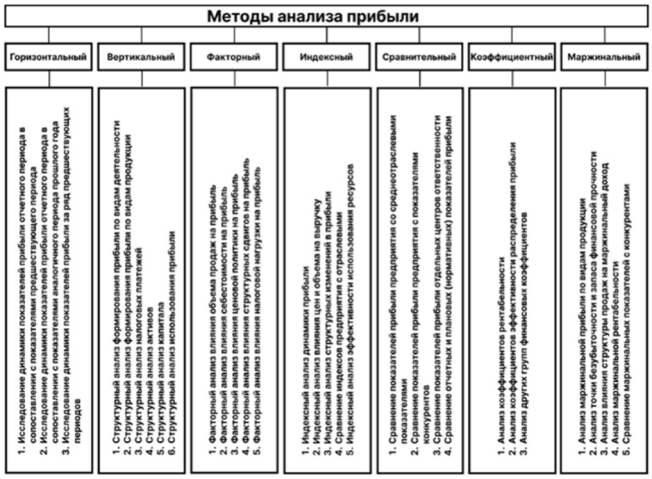


Рисунок 1 – Основные методы анализа прибыли

Маржинальный анализ является одним из эффективных методов оптимального распределения ресурсов по видам продукции и принятия решения о производстве товаров, продукции, оказании услуг, выполнения работ. Метод позволяет определить точку безубыточности (порог рентабельности), т.е. момент, начиная с которого доходы предприятия полностью покрывают его расходы. Маржинальный анализ основан на разделении всех затрат организации на переменные и постоянные [1].

Маржинальный доход, постоянные затраты и другие объекты маржинального анализа определяются по следующим формулам [3]:

$$FC = Q \cdot \left(P_{\text{ед}} - VC_{\text{ед}}\right), \quad (1)$$

где: FC – постоянные затраты; Q – количество изделий; Ред – цена одного изделия; VCед – переменные затраты на одно изделие.

Из этого выражения можно определить пограничное количество выпускаемых изделий, при котором предприятие окупит все свои расходы, но не получит никакой прибыли (точку безубыточности) [3].

$$BEP = \frac{FC}{\left(P_{\text{ед}} - VC_{\text{ед}}\right)}, \quad (2)$$

где: BEP – точка безубыточности; Ред-VCед – маржинальный доход на единицу продукции.

Также маржинальный анализ может участвовать в процессе ценообразования, определение минимально допустимой цены реализации: [3]

$$P_{min} = \text{VCед} \cdot \frac{FC}{Q}, \quad (3)$$

где: Pmin – минимально допустимая цена реализации.

Горизонтальный и вертикальный анализ представляют собой базовые методы анализа прибыли. Однако, в отличие от маржинального анализа, их функциональность ограничена диагностическим характером: горизонтальный анализ выявляет динамику изменения финансовых показателей, а вертикальный – отражает структурные сдвиги в составе прибыли [5]. Данные методы позволяют идентифицировать первоначальные отклонения и проблемные области, но не раскрывают глубинных причин их возникновения. В свою очередь, маржинальный анализ, основываясь на изучении предельных показателей (маржинальная прибыль, точка безубыточности), обеспечивает углубленное исследование причинно-следственных связей, определяя влияние объема производства, ценовой политики и структуры затрат на финансовый результат предприятия.

Факторный анализ позволяет детально изучить влияние отдельных факторов (цены, себестоимости, объема продаж) на изменение прибыли [5]. Однако, в отличие от маржинального анализа, ориентированного на принятие оперативных решений, факторный анализ характеризуется большей трудоемкостью и, как правило, используется в стратегическом планировании.

Индексный анализ, посредством системы индексов, оценивает динамику показателей, что позволяет выявить влияние ценовых и структурных факторов [1]. Тем не менее, он не предоставляет столь же конкретных управленческих инструментов, как маржинальный анализ.

Сравнительный анализ (бенчмаркинг) предполагает сопоставление показателей предприятия с результатами деятельности конкурентов и отраслевыми нормативами [4]. Однако, применение данного метода в оперативном управлении ограничено использованием агрегированных показателей. В этом контексте маржинальный анализ обладает преимуществом, позволяя принимать решения на уровне отдельных видов продукции или сегментов рынка. Бенчмаркинг способствует выявлению расхождений между достигнутыми результатами и показателями лидеров рынка, стимулируя менеджеров к поиску инноваций и формируя основу для инновационной деятельности [6].

Коэффициентный анализ используется для сопоставления финансовых результатов предприятия с результатами конкурентов и отраслевыми нормативами [6]. Однако, существенным ограничением данного метода является использование показателей полной себестоимости, что может приводить к искажению информации о реальной прибыльности отдельных видов продукции.

Наиболее эффективным представляется комплексное применение данных методов, поскольку их сочетание обеспечивает как первичную

диагностику, так и детализированное выявление факторов, влияющих на прибыль (табл. 1).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика методов анализа прибыльности и их сочетаемости с маржинальным подходом. Составлена автором

Метод	Основная функция	Преимущества / недостатки	Сочетание с маржинальным анализом
Горизонтальный	Анализ динамики показателей	Простота расчетов, наглядность/не выявляет причины изменений	Поясняет причины выявленных трендов
Вертикальный	Изучение структуры	Оценка объема /не учитывает внешние факторы	Рассчитывает эффект от изменения структуры
Факторный	Оценка влияния отдельных факторов	Выявление ключевых факторов/сложность расчетов	Конкретизирует факторы по продуктам
Индексный	Оценивает динамику показателей с учетом инфляции и структурных сдвигов	Устраняет искажения от ценовых изменений/ не дает конкретных инструментов для управления прибыльностью	Индексный анализ корректирует исходные данные маржинального анализа на инфляционные и структурные изменения
Сравнительный	Сопоставление с конкурентами/ нормативами	Выявление конкурентных преимуществ/проблемы с сопоставимостью данных	Переводит агрегированные данные в конкретные решения
Коэффициентный	Расчет относительных показателей рентабельности	Возможность межхозяйственных сравнений/зависимость от учетной политики	Корректирует искажения от полной себестоимости

Следует отметить, что традиционные методы анализа зачастую не учитывают влияние объема продаж на прибыль, что ограничивает их применение в оперативном управлении. В данном контексте маржинальный анализ демонстрирует существенные преимущества, поскольку он фокусируется на исследовании взаимосвязи «затраты – объем – прибыль», что позволяет оперативно реагировать на изменения рыночной конъюнктуры.

Маржинальный анализ, основанный на исследовании взаимосвязей между затратами, объемом производства и прибылью (Cost-Volume-Profit, CVP-анализ), выступает в качестве ключевого инструмента оперативного управления прибыльностью предприятия [4]. Он позволяет формировать обоснованные управленческие решения посредством расчета маржинального дохода и определения точки безубыточности. Вместе с тем, потенциал маржинального анализа значительно расширяется при его интеграции с другими аналитическими методами.

Подобный интегративный подход, сочетающий диагностические возможности традиционных методов анализа финансово-хозяйственной деятельности с практической направленностью маржинального анализа, обеспечивает не только выявление проблемных зон, но и разработку конкретных мер по оптимизации ассортиментной политики, ценообразования и структуры затрат. Таким образом, реализация данных мер способствует устойчивому повышению прибыльности предприятия как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Список использованных источников:

1. Региональная экономика: проблемы и стратегия развития / Н. И. Морозова, Н. В. Хвалева, Е. С. Макарова [и др.]. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2025. – 128 с. – ISBN 978-5-466-08544-0. – EDN CFIDOS.

2. Логинова, Т. В. Маржинальный анализ: роль и значение для оценки деятельности организации / Т. В. Логинова, И. Н. Якшилов // Экономика и предпринимательство. – 2024. – № 11(172). – С. 945-948. – DOI 10.34925/EIP.2024.172.11.167. – EDN GHGPYF.

3. Косорукова, И. В. Экономический анализ : учебник для бакалавриата и магистратуры / И. В. Косорукова, О. В. Мощенко, А. Ю. Усанов. – Москва : Московский финансово-промышленный университет "Синергия", 2021. – 360 с. – ISBN 978-5-4257-0509-9. – DOI 10.37791/978-5-4257-0509-9-2021-1-360. – EDN CGGSNW.

4. Иванова Наталия Александровна, Варфоломеева Вера Александровна Особенности принятия управленческих решений высокотехнологичными компаниями на основе маржинального анализа // Журнал прикладных исследований. 2022. №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prinyatiya-upravlencheskih-resheniy-vysokotehnologichnymi-kompaniyami-na-osnove-marzhinalnogo-analiza (дата обращения: 01.05.2025).

5. Урядникова, М. В. Оценка предприятия как основной показатель прибыльного бизнеса / М. В. Урядникова, Г. А. Горбушин // Актуальные вопросы устойчивого развития регионов, отраслей, предприятий : Материалы Международной научно-практической конференции. В 4-х томах, Тюмень, 23 декабря 2022 года. Том 3. – Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2023. – С. 349-352. – EDN QIHMGK.

6. Колодницкая Т.С. Финансовый анализ прибыли компании: основные методы и их применение на практике // Скиф. 2022. №6 (70). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/finansovyy-analiz-pribyli-kompanii-osnovnye-metody-i-ih-primenenie-na-praktike (дата обращения: 02.05.2025).

© Глушкова Е.В., Наширванова Я.Ф., 2025

УДК 338

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ: КАК СТАРТАПЫ ИЗМЕНЯЮТ РЫНОК

Гольман В.А.

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

В современном мире экономики инновации стали ключевым фактором, определяющим успешность и выживаемость предпринимательских структур. Стартапы, как представители нового, гибкого подхода к ведению бизнеса, играют важную роль в революционизации и перезагрузке различных отраслей, от технологий до медицины и финансов. В условиях глобализации, технологических

изменений и ускоренного развития цифровых платформ стартапы становятся не только источником новых идей и продуктов, но и катализаторами изменений на рынках.

Целью данной статьи является анализ роли инноваций в управлении предприятиями, а также изучение того, как стартапы могут изменять рынок, влияя на структуру и динамику бизнеса. Мы постараемся определить основные особенности внедрения инновационных процессов в стартапах, их влияние на конкурентоспособность, а также на организацию и управление предприятиями.

Для написания статьи были использованы различные материалы, включая научные исследования, статьи из бизнес-изданий, а также примеры успешных стартапов, трансформировавших рынок. Применен метод анализа литературы, в том числе обзор исследований в области инноваций, стартапов и предпринимательства. Для выявления основных тенденций использовался сравнительный метод, который позволил провести анализ различных подходов к внедрению инноваций и их влиянию на управление и организацию бизнеса.

Кроме того, мы опирались на реальные примеры стартапов, таких как Uber, Airbnb и другие технологические компании, которые благодаря инновационным моделям управления смогли радикально изменить рынок и бизнес-пейзаж.

Инновации можно разделить на несколько видов: технологические, процессные и социальные. Технологические инновации включают в себя новые продукты, услуги, а также способы их производства. Процессные инновации касаются улучшений в организации производства и управления, в том числе новых подходов в логистике, управлении персоналом и использованию цифровых технологий. Социальные инновации связаны с изменениями в социальной структуре организации, включающие улучшение взаимодействия между сотрудниками, внедрение новых форм организации труда и коммуникации.

Стартапы часто реализуют сразу несколько типов инноваций, что позволяет им быстро адаптироваться к изменениям на рынке. Их способность к быстрому реагированию на внешние вызовы, гибкость в принятии решений и снижение административных барьеров позволяет стартапам вводить инновации в кратчайшие сроки и с максимальной эффективностью.

Основная особенность стартапов заключается в их гибкости и стремлении к минимизации рисков через быструю адаптацию и тестирование новых идей. В отличие от крупных корпораций, которые могут быть ограничены внутренними процессами и бюрократией, стартапы часто могут быстрее внедрять инновации, активно используя модели гибкого управления (agile), принцип минимального жизнеспособного продукта (MVP) и системы обратной связи с клиентами.

Стартапы используют инновации для создания нового рыночного спроса. Например, такие компании, как Uber и Airbnb, не создавали новый продукт или услугу в традиционном смысле, но они перевернули привычные рынки такси и гостиничных услуг, предложив клиентам совершенно новый опыт.

Одним из ключевых факторов, объясняющих успех стартапов, является способность менять рыночные механизмы. Используя инновационные бизнес-модели, стартапы могут не только предложить качественно новые продукты и услуги, но и радикально изменить само восприятие бизнеса. Например, массовое внедрение платформенных моделей бизнеса, таких как Uber и Airbnb, перевернуло традиционные отрасли и изменило подходы к конкурентоспособности.

Инновации, внедряемые стартапами, могут принести значительные изменения на уровне макроэкономики, сдвигая централизованные отрасли и создавая новые ниши. Примером служит переход от традиционного к ритейлу, где такие компании, как Amazon, смогли в кратчайшие сроки занять доминирующие позиции, изменив не только способы покупки товаров, но и всю логистику поставок и бизнес-стратегии крупных розничных сетей.

Управление инновациями в стартапах имеет ряд особенностей. В отличие от крупных компаний, стартапы часто не имеют четко прописанных процессов и стратегий, что позволяет им быстрее реагировать на изменения рынка и искать нестандартные решения. Однако отсутствие строгих управленческих рамок может привести к неоправданным рискам, особенно если стартап не имеет достаточного уровня финансирования или опытных руководителей.

Для эффективного управления инновациями стартапам необходимо: ставить четкие цели и стратегии, направленные на поиск и внедрение новых решений, улучшение продуктов и услуг; применять гибкие методы управления, позволяющие оперативно реагировать на изменения на рынке; активно использовать обратную связь от клиентов для улучшения продуктов и услуг; налаживать партнерства с другими инновационными компаниями и научными учреждениями для развития технологий и привлечения инвестиций.

Несмотря на многочисленные успехи, стартапы сталкиваются с рядом проблем, связанных с управлением инновациями. Одной из главных трудностей является финансовая нестабильность, так как стартапы часто зависят от внешнего инвестирования и могут столкнуться с проблемами на стадии роста. Кроме того, недостаток ресурсов и опыта в управлении могут привести к сбоям в процессе внедрения инноваций.

Другим вызовом является неопределенность рынка, особенно для новых продуктов, которые еще не доказали свою востребованность. В таких

условиях стартапам важно уметь быстро адаптироваться и быть готовыми к изменениям.

Изучение множества успешных примеров стартапов подтверждает важность инновационного подхода в бизнесе. Стартапы, используя инновации в управлении, могут не только улучшать продукты, но и изменять рынок, создавая новые модели потребления и взаимодействия (табл. 1). Однако для достижения успеха необходимо не только инновационное мышление, но и грамотное управление рисками, эффективная финансовая поддержка и правильная стратегия развития.

Таблица −1 Преимущества и недостатки внедрения инноваций в стартапах.

Преимущества	Недостатки
Высокая гибкость в принятии решений	Риски финансовых потерь и нестабильности
Быстрая адаптация к изменениям на рынке	Отсутствие ресурсов для масштабирования
Инновационные бизнес-модели, открывающие новые ниши	Проблемы с привлечением инвестиций на ранних этапах
Возможность привлечения молодых талантов и инноваций	Неопределенность на рынке и риск низкой востребованности
Снижение административных барьеров для реализации идей	Риски, связанные с нестабильностью на старте бизнеса

Сравнение стартапов с традиционными компаниями показывает, что гибкость и готовность к переменам являются ключевыми факторами успеха. Традиционные компании, в свою очередь, начинают внедрять элементы стартап-культуры, такие как агильное управление и фокус на инновации, чтобы сохранить свою конкурентоспособность.

1. Стартапы играют важную роль в процессе внедрения инноваций, радикально меняя рыночные модели и подходы к ведению бизнеса.

2. Внедрение инноваций требует гибкости в управлении и готовности к риску, что является отличительной чертой стартапов.

3. Компании должны учитывать опыт стартапов и внедрять инновационные методы управления для повышения своей конкурентоспособности.

4. Для успешного внедрения инноваций стартапам необходимы грамотные стратегии, ресурсы и партнерства.

Список использованных источников:

1. Котлер Ф., Армстронг Г. "Принципы маркетинга". – М.: Вильямс, 2019.

2. Джеффри П. Тибер. "Стратегия стартапов". – СПб.: Питер, 2018.

3. Макинзи & Ко. "Как стартапы изменяют рынок". – М.: Альпина Паблишер, 2020.

4. Christensen, C. "The Innovator’s Dilemma". Harvard Business Review Press, 1997.

© Гольман В.А., 2025

УДК 339.9

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ КИТАЯ И РОССИИ: ИСТОРИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Гордиенко А.Н.
Научный руководитель Шишкина Н.П.
Читинский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Байкальский государственный университет», Чита

Китай и Россия поддерживают взаимовыгодное сотрудничество на протяжении нескольких столетий. Истоки их отношений восходят к XVIII веку, что свидетельствует о более чем четырехвековой истории взаимодействия. Начало экономических и внешнеэкономических связей было положено в 1716 году с прибытием русской церковной миссии в Пекин, которая стала катализатором политических, экономических и культурных обменов между двумя странами [4]. Формализация дипломатических отношений произошла значительно позже, после подписания в 1945 году Договора «О дружбе и союзе», который включал ряд ключевых положений [5]:

установление и поддержание дружественных отношений посредством союза и сотрудничества;

взаимная помощь в совместной борьбе против Японии, с обязательством вести войну до окончательной победы, без сепаратных переговоров или мирных договоров без взаимного согласия;

совместные меры по предотвращению повторной агрессии и нарушения мира со стороны Японии, включая военную и иную помощь в случае нападения на одну из сторон;

принятие мер для предотвращения повторного вторжения Японии;

взаимное уважение суверенитета и территориальной целостности, а также невмешательство во внутренние дела друг друга.

Данный договор сыграл значительную роль в обеспечении победы над милитаристской Японией на завершающем этапе Второй мировой войны и оказал существенную поддержку Китаю в его борьбе за независимость и суверенитет.

История российско-китайских отношений включает периоды сотрудничества и конфликтов. С конца 1970-х годов началось восстановление экономического взаимодействия, которое значительно развилось в XXI веке. На 2025 год между Китаем и Россией установлены прочные партнерские связи, охватывающие различные сферы, с тенденцией к дальнейшему укреплению отношений [4].

Таким образом, российско-китайские отношения представляют собой многовековой процесс, в ходе которого формировались политические,

экономические и культурные связи, обеспечивающие стабильное и взаимовыгодное сотрудничество между двумя государствами. Их развитие отражает динамику международных процессов и стратегических интересов обеих стран, что подтверждается историческими документами и современными соглашениями

Для всестороннего анализа этапов формирования внешнеэкономических связей между Россией и Китаем целесообразно выделить несколько ключевых периодов.

Первый этап приходится на середину XVII века, когда проявился начальный интерес к торговым и экономическим отношениям между странами. В этот период состоялась первая поездка российских представителей в Китай с целью оценки перспектив сотрудничества, что позволило получить представление о структуре экономики Китая и возможностях установления торговых связей. Следует отметить, что в то время инициатива исходила преимущественно со стороны России, тогда как Китай проявлял сдержанный интерес. Несмотря на это, Россия продолжала попытки наладить торговлю, направляя в Китай различные товары. Существенные изменения произошли после подписания Нерчинского договора 1689 года, который стал важным этапом в развитии двусторонних отношений. В этот период значительную роль играла Цинская империя (1644-1912 гг.), которая стремилась к изоляции Китая от внешнего мира. Однако торговля постепенно развивалась через посредников – территории Средней Азии, Сибири и Монголии. Цинское правительство выражало недовольство в связи с освоением Россией приграничных территорий Забайкалья и Приамурья, опасаясь усиления российского влияния. Несмотря на напряжённость, российская сторона выступала за мирное урегулирование отношений. В конце XVII века в Нерчинске состоялись переговоры, завершившиеся подписанием Нерчинского договора 27 августа 1689 года, который положил конец военному конфликту в Приамурье, установил границы и открыл возможность прямой торговли между странами [6].

Второй этап охватывает период до конца XIX века и характеризуется подписанием ряда договоров, способствовавших углублению экономических связей. Россия постепенно расширяла экспорт своих товаров в Китай, в то время как Китай экспортировал шелк, редкие ткани, предметы быта и образцы художественного ремесла [6]. К середине XIX века территориальное сближение России и Китая создало благоприятные условия для установления постоянных дипломатических и торговых отношений. Значимыми стали следующие соглашения: Тяньцзиньский договор 1858 года, Пекинский договор 1860 года, Санкт-Петербургский договор 1881 года, Союзный договор 1896 года о строительстве Россией железной дороги в Маньчжурии, а также Конвенция 1896 года, обеспечившая России выход к морю. Подписание этих договоров привело к

существенным изменениям в торговых отношениях: Россия получила контроль над ключевыми территориями, что расширило торговые пути и доступ к ресурсам, а также обеспечило выгодные торговые условия, включая снижение пошлин и упрощение процедур, что способствовало росту экспорта. В этот период Россия активно развивала транспортную инфраструктуру, улучшая логистику и увеличивая товарооборот. Вместе с тем, установление неравноправных отношений усилило экономическую зависимость Китая от России, что оказало влияние на внутреннюю политику Китая. В целом, данные договоры заложили фундамент для более тесного экономического взаимодействия, одновременно создав условия неравенства, которые повлияли на дальнейшее развитие двусторонних отношений [6].

Таким образом, исторический процесс формирования внешнеэкономических связей между Россией и Китаем проходил через этапы первоначального интереса и ограниченного сотрудничества, формализации отношений посредством договоров и последующего расширения экономического взаимодействия, что отражает сложную динамику политических и экономических факторов, влияющих на двусторонние отношения.

Третий этап. С начала XX века российско-китайские отношения изменялись под влиянием политических, экономических и социальных факторов. Россия и Китай заключили неравноправные соглашения, ставшие основой их торговли. После русско-японской войны 1904-1905 годов Россия укрепила позиции в Маньчжурии и на Дальнем Востоке, что было важно для экономики. В советский период, начиная с 1917 года, отношения стали идеологическими. В 1950-х годах, в условиях Холодной войны, СССР и Китай активизировали экономическое сотрудничество: СССР предоставлял технологии, а Китай экспортировал сельскохозяйственную продукцию и текстиль.

Период 1970-1980-х годов характеризуется затишьем или так называемым охлаждением отношений, что связано с расколом между двумя странами в конце 1950-х – начале 1960-х годов. Политические разногласия, обусловленные идеологическими и внешнеполитическими противоречиями, привели к сокращению объемов торговли. В этот период обе стороны стремились к самостоятельному развитию своих экономик, снижая взаимозависимость.

После распада Советского Союза в 1991 году Россия столкнулась с серьезными экономическими вызовами, что создало новые возможности для расширения влияния Китая. В начале 2000-х годов наблюдается активное восстановление и развитие торговых отношений: Китай стал одним из ключевых торговых партнеров России, а объем двусторонней торговли значительно увеличился.

Четвертый этап – современность до СВО. С конца XX века и до начала специальной военной операции (СВО) Россия и Китай последовательно укрепляли свои экономические связи, что происходило на фоне глобальных трансформаций мировой экономики и политики. Подписанные между странами соглашения о стратегическом партнерстве в сферах торговли, инвестиций и энергетики способствовали значительному росту взаимных поставок. Россия экспортировала в Китай углеводороды, металлы и сельскохозяйственную продукцию, в то время как Китай поставлял в Россию машины, электронику и потребительские товары.

В конце XX века отношения между двумя государствами начали восстанавливаться после периода напряженности. В 2001 году была учреждена Шанхайская организация сотрудничества (ШОС), а Китай стал членом Всемирной торговой организации (ВТО) [3]. В 2000-е годы наблюдался активный рост экономического сотрудничества, чему способствовало урегулирование территориальных споров и увеличение объемов взаимной торговли.

С началом пандемии COVID-19 внешнеэкономические отношения претерпели значительные изменения. Пандемия вызвала перебои в цепочках поставок и снижение объемов торговли [8]. В частности, вспышка коронавируса в Китае оказала заметное влияние на российскую экономику и бизнес: рынки демонстрировали нестабильность, рубль испытывал давление, а торговые сети сокращали поставки продовольственных товаров из Китая, включая фрукты и овощи. В ответ торговые сети искали альтернативные источники продукции, а аптеки фиксировали рост продаж средств индивидуальной защиты [8].

Пятый этап – современность с учетом наложенных санкций. С началом специальной военной операции России на Украине в 2022 году международная обстановка кардинально изменилась. Западные санкции, введённые против России, оказали значительное воздействие на её экономику и торговлю. В 2025 году Россия и Китай стали ключевыми партнерами в новой геополитической реальности, что привело к существенным изменениям в их торговых отношениях. Санкции стимулировали укрепление экономического сотрудничества: товарооборот достиг рекордных показателей, а Китай стал крупнейшим импортером российских энергоресурсов, таких как нефть и газ, что позволило компенсировать утрату европейских рынков. В ответ Китай увеличил экспорт техники, электроники и машин, способствуя модернизации российских производств [7].

В условиях западных санкций Россия была вынуждена диверсифицировать свои торговые связи, сделав Китай важным стратегическим партнером, который предоставлял не только товары, но и инвестиции в ключевые отрасли экономики. Это способствовало развитию инфраструктуры, сельского хозяйства и высоких технологий, снижая

зависимость от западных поставок. Россия расширила экспорт нефти и газа в Китай через новые трубопроводы и морские маршруты, что стало значимым источником дохода [7]. Китай активно инвестировал в российское сельское хозяйство, что способствовало росту производства продуктов питания и обеспечению продовольственной безопасности обеих стран.

Несмотря на положительные тенденции, наблюдались и негативные аспекты. Зависимость от Китая: увеличение торговли усилило экономическую зависимость России от Китая, что создает риски в случае изменений внутренней политики или экономической ситуации в КНР. Торговые барьеры: российские экспортеры сталкивались с трудностями на китайском рынке из-за высоких стандартов качества и требований к сертификации, что требовало дополнительных усилий для адаптации продукции.

Политические факторы также усиливали торговые отношения: обе страны стремились укрепить свои позиции на международной арене, что способствовало взаимовыгодному сотрудничеству. Китай поддерживал Россию в международных организациях, таких как ООН, что помогало Москве сохранять определённый уровень легитимности на мировой сцене.

К 2025 году санкции, введённые в связи со специальной военной операцией, стали катализатором углубления российско-китайских торговых отношений. Несмотря на вызовы и риски, обе страны извлекли выгоду из нового экономического партнерства. В условиях глобальной нестабильности Россия и Китай продолжают искать новые возможности для сотрудничества, в том числе в рамках многосторонних организаций, таких как ШОС, БРИКС и ЕАЭС, что способствует развитию комплексного стратегического взаимодействия

Внешнеэкономические связи между Китаем и Россией демонстрируют устойчивую тенденцию к углублению и расширению сотрудничества, несмотря на сложные геополитические условия. Китай стал основным торговым партнером России, и товарооборот между странами продолжает расти, достигнув рекордных показателей в последние годы. [4] Сотрудничество охватывает стратегические направления, такие как энергетика, машиностроение, сельское хозяйство и ВПК. Введение санкций против России только укрепило позиции Китая как ключевого партнера, позволяя России диверсифицировать свой экспорт и импорт. Однако, российско-китайское партнерство также сталкивается с вызовами, такими как риск вторичных санкций и необходимость развития инфраструктуры для взаиморасчетов [8]. Тем не менее, обе страны продолжают укреплять свои позиции на мировой арене, продвигая взаимовыгодное сотрудничество и стратегическое взаимодействие, что делает их отношения одним из наиболее значимых в современной геополитике.

Список использованных источников:

1. Анферов Р. Эволюция российско-китайских экономических отношений и торговли. // Известия 01.10.2018 // [Электронный ресурс] URL: https://spb.ranepa.ru/wp-content/uploads/2021/02/anferov_r.i._ac_18_2.pdf (дата обращения 21.04.2025)

2. Глушак Н., Лунгу Н. Ретроспективный анализ развития внешнеторговых отношений России и Китая. // Известия 2019 // [Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/retrospektivnyy-analiz-razvitiya-vneshnetorgovyh-otnosheniy-rossii-i-kitaya (дата обращения 21.04.2025)

3. Климентьев М. История российско-китайских экономических отношений. // Известия 16.05.2024 // [Электронный ресурс] URL: https://tass.ru/info/17815083 (дата обращения 21.04.2025)

4. Костина А. Китай и Россия несут особую миссию по поддержанию мира и безопасности. // Известия 29.01.2025 // [Электронный ресурс] URL:https://iz.ru/1829612/anastasiia-kostina/kitai-i-rossiia-nesut-osobuiu-missiiu-po-podderzhaniiu-mira-i-bezopasnosti (дата обращения 21.04.2025)

5. Логинов М. Российско-китайские отношения в XVII-начале XXI вв.: история становления и динамика развития. // Известия 10.06.2019 // [Электронный ресурс] URL: https://ria.ru/20150814/1179457795.html (дата обращения 21.04.2025)

6. ФГБУ «Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина» Заключён Нерчинский договор – первый договор между Россией и Китаем. // Известия 2025 // [Электронный ресурс] URL: https://www.prlib.ru/history/619514 (дата обращения 21.04.2025)

7. Фонд РОСКОНГРЕСС, Международная торговля и интеграция (ITI) Торговые отношения России и Китая: потенциал роста. // Известия 06.09.2022 // [Электронный ресурс] URL: https://roscongress.org/about/ (дата обращения 21.04.2025)

8. Целовальников Д. Предпосылки и этапы развития российско-китайских торгово-экономических отношений. // Известия 29.12.2023 // [Электронный ресурс] URL: http://edrj.ru/contacts.html (дата обращения 21.04.2025)

© Гордиенко А.Н., 2025

УДК 338.54

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Григорьева А.Ю.
Научный руководитель Сбоева И.А.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный технологический университет», Йошкар-Ола

Эффективное управление финансовыми результатами представляет собой ключевой элемент успеха любого промышленного предприятия, поскольку оно обеспечивает поддержание ликвидности, повышает финансовую устойчивость и создаёт условия для устойчивого развития.

Управление финансовыми результатами промышленного предприятия должно базироваться на принципах финансового менеджмента и включать в себя функции планирования, организации, контроля и анализа финансовых ресурсов предприятия. Основной целью финансового менеджмента является максимизация стоимости компании, что достигается через эффективное распределение финансовых ресурсов и управление финансовыми результатами.

Ключевыми индикаторами эффективности управления финансовыми результатами являются следующие.

1. Ликвидность – способность предприятия выполнять свои краткосрочные обязательства. Управление ликвидностью предполагает оптимизацию денежных потоков, чтобы избежать ситуаций, когда предприятие не может выполнить свои обязательства перед кредиторами и поставщиками.

2. Рентабельность – показатель, характеризующий прибыльность бизнеса. Эффективное управление финансовыми результатами направлено не только на увеличение выручки, но и на снижение затрат, что в свою очередь ведет к повышению рентабельности.

3. Риски – управление финансовыми результатами также включает в себя оценку и минимизацию рисков, связанных с колебаниями валютных курсов, изменениями в рыночной конъюнктуре и другими факторами. Использование инструментов хеджирования и страхования может помочь в этом процессе.

В качестве объекта исследования было выбрано промышленное предприятие АО «Контакт». В настоящее время это один из крупнейших российских производителей торгового и холодильного оборудования. Главная цель исследования – изучить методы управления финансовыми результатами предприятия и разработать рекомендации по их оптимизации.

Основные показатели финансовых результатов деятельности АО «Контакт» представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Динамика показателей финансовых результатов АО «Контакт» (2021-2024 гг.) [1]

Год	Выручка		Чистая прибыль		Рентабельность продаж (%)
	тыс. руб.	Темп роста, %	тыс. руб.	Темп роста, %	
2021	5 921 765	139,2	584 854	129,81	9,88
2022	8 995 437	151,9	1 636 388	279,79	18,19
2023	13 936 918	154,93	2 123 257	129,75	15,23
2024	23 530 281	168,83	4 953 996	233,32	21,05

Предприятие демонстрирует уверенную положительную динамику по основным финансовым показателям. За период с 2021 по 2024 год наблюдается существенный рост выручки и чистой прибыли. Так, выручка компании ежегодно увеличивалась высокими темпами, достигнув отметки с 5921765 тыс. рублей в 2021 году до 23530281 тыс. рублей в 2024 году. Подобный скачок сопровождается соответствующим приростом чистой прибыли, которая в 2024 году составила 4953996 тыс. рублей против начальных 584854 тыс. рублей.

Рентабельность продаж стабильно удерживается на высоких уровнях, хотя отмечаются небольшие колебания в отдельных периоды. Такой разброс значений объясняется влиянием различных внутренних и внешних факторов, что делает этот показатель чувствительным к изменениям в экономике и бизнесе. Общий же тренд остаётся благоприятным, свидетельствуя о способности предприятия эффективно управлять своей деятельностью и поддерживать достойный уровень доходности.

Однако, проведенное исследование показало, что наряду с достигнутыми результатами существует проблемная область, требующая внимания. Особенно значимой для предприятия представляется задача эффективного управления дебиторской и кредиторской задолженностью. Несмотря на успешную динамику роста выручки и прибыли, объём задолженности растёт параллельно. Дебиторская задолженность, составлявшая в 2021 году сумму 2449788 тыс. рублей, к концу рассматриваемого периода достигает 4929791 тыс. рублей. Соответственно возрастает и кредиторская задолженность: с начального значения в 958073 тыс. рублей до конечного показателя в размере 2089449 тыс. рублей.

Темпы роста дебиторской задолженности стабильно высоки, превышая 100% ежегодно, тогда как кредиторская задолженность растёт медленнее, иногда показывая отрицательные темпы роста. Важно отметить, что соотношение дебиторской и кредиторской задолженности периодически изменяется, начиная с высокого уровня в первые два года (около 2,5-2,85), резко сокращается в 2023 году до 1,68, а затем снова поднимается до 2,36. Такие колебания указывают на нестабильный баланс предприятия и повышенный риск несбалансированности активов и пассивов. Анализ динамики и соотношения дебиторской и кредиторской задолженности представлен в табл. 2.

Таблица 2 – Динамика дебиторской и кредиторской задолженности АО «Контакт» (2021-2024 гг.)

Год	Дебиторская задолженность		Кредиторская задолженность		Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности
	тыс. руб.	Темп роста, %	тыс. руб.	Темп роста, %	
2021	2 449 788	161,33	958 073	182,54	2,56
2022	2 949 557	120,4	1 034 003	107,93	2,85
2023	3 782 193	128,23	2 257 124	218,29	1,68
2024	4 929 791	130,34	2 089 449	92,57	2,36

Результаты анализа свидетельствуют о том, что требуется комплексный подход к управлению дебиторской и кредиторской задолженностью. В частности, необходима реализация ряда мероприятий, направленных на оптимизацию процесса сбора платежей и сокращение рисков образования излишней дебиторской задолженности. Среди конкретных предложений можно выделить мероприятия по совершенствованию процедур расчётов с покупателями, созданию эффективной системы мониторинга исполнения договоров и применению современных технологий факторинга для ускорения поступления денежных средств.

Также заслуживает отдельного внимания работа с кредиторской задолженностью. Важным направлением здесь становится заключение соглашений с поставщиками, обеспечивающих лучшие условия расчёта и отсрочки платежа, что помогает минимизировать риск образования значительной краткосрочной задолженности.

Качество управления финансовыми результатами оказывает решающее влияние на конкурентоспособность и финансовую стабильность промышленного предприятия. В результате реализации предложенных мер АО «Контакт» сможет добиться повышения эффективности управления своими финансовыми ресурсами и закрепить позиции лидера на отечественном рынке.

В рамках стратегии оптимизации финансовых результатов АО «Контакт» может рассмотреть внедрение современных технологий, таких как автоматизация бухгалтерского учета и финансового анализа, что позволит не только сократить время на обработку данных, но и повысить точность финансовых прогнозов. Использование аналитических систем для мониторинга финансовых потоков может стать важным шагом к более глубокому пониманию финансового состояния предприятия и принятия обоснованных управленческих решений.

Список использованных источников:

1. Финансовая отчетность АО «Контакт» за 2021–2024 гг. – Текст : электронный // Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности : официальный сайт. – 2025. – URL: https://bo.nalog.ru (Дата обращения: 03.05.2025).

2. Екимова, К. В. Финансовый менеджмент : учебник для вузов / К. В. Екимова, И. П. Савельева, К. В. Кардапольцев. – Москва : Издательство

Юрайт, 2025. – 381 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-20748-4. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/560335 (дата обращения: 05.05.2025).

© Григорьева А.Ю., 2025

УДК 339.13

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ СРЕДЫ

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

В современных условиях увеличение продаж в условиях цифровизации среды строится на увеличении онлайн-присутствия компании с использованием цифровых технологий, выстраиванию грамотной цифровой коммуникации. В связи с этим, современные организации используют Интернет-маркетинг, например, через косвенную рекламу в средствах массовой информации, таргетинг, контекстную рекламу, а также за счет развития социальных сетей организации [1]. Так, основными каналами формирования маркетинговой коммуникации организации являются социальные сети, веб-сайт, продвижение через видеохостинги, мессенджеры, формирование адаптивной, удобной, безбарьерной среды для осуществления цифровой коммуникации.

Рассмотрим особенности применения каждого из инструментов и каналов осуществления маркетинговой коммуникации организации подробно. Во-первых, продвижение через социальные сети, включая различного рода мессенджеры. По нашему мнению, такое положение связано с ростом популярности мессенджера Telegram и ограничениями, связанными с иностранными социальными сетями. Более того, доля e-commerce, лидерами в которой являются различные маркетплейсы, за два года выросла на 4% и составила 86%. Таким образом, развитие социальных сетей и онлайн-присутствия в мессенджерах являются основными каналами в управлении имиджем организации, в смысле их популярности и посещаемости. Несмотря на широкий охват социальных сетей, организации должны учитывать повышение конкуренции в Интернет-пространстве. По данным РБК, основными инструментами продвижения в социальных сетях являются: использование сторителлинга (как в текстовом, аудиальном, визуальном форматах); кросс-промо (потенциальный клиент сможет следить за брендом в максимальном количестве каналов); видео-маркетинг, создавая короткие и запоминающиеся ролики (например, в YouTube Shorts или VK Клипы) [2].

Также стоит обратить внимание на такой инструмент, как создание автоворонок продаж, при которых, в условиях повышенной конкуренции, компания осуществляет несколько поэтапных касаний с потенциальным клиентом, а также осуществление ретаргетинга.

Во-вторых, взаимодействие со СМИ, позволяющее создать большую огласку бренду в различных каналах связи с аудиторией. Например, подкастинг, как набирающая популярность форма формирования имиджа организации, активная аудитория которого составляет более 10 миллионов россиян. Так, по данным опросам «Лайфхакер» за 2023 год среди слушателей подкастов 55% оценили эффективность рекламных интеграций, а также 26% впоследствии взаимодействовали с брендом [3]. В данном случае, по нашему мнению, подкастинг является довольно эффективным инструментом повышения продаж, совмещая в себе каналы digital-маркетинга.

В-третьих, развитие веб-сайта с использованием SEO-оптимизации, таргетированной рекламы, pop up окон и др. Грамотное визуальное сопровождение сайта является важным аспектом в принятии решении «доверять» бренду или нет. Стоит отметить, что любой канал, который используется организацией для формирования маркетинговой коммуникации в условиях цифровизации, обладает высокой конкуренцией, при которой необходимо использовать новые, «уникальные» форматы инструментов. Например, для выделения в бесконечном потоке информации в сети Интернет используются такие инструменты, как геймификация, внедрение искусственного интеллекта, голосового поиска и чат-ботов и др., помогают увеличивать продажи через данные инструменты) [2]. Геймификация в данном случае рассматривается, как инструмент, повышающий вовлеченность клиента и узнаваемости организации, интегрируя ее в диалог. В этом смысле, задача организации состоит в быстром привлечении к себе внимания, поэтому популярны короткие видео, яркие сторителлинги и ретаргетинг, геймификация, а также включение в имиджевую стратегии организации разного рода «интерактива». Примерами геймификации являются приложение Duolingo или стикермания от «Вкусно и точка», совмещая в себе офлайн и онлайн форматы [4-5]. По данным исследования Tidio, анализировавшего использование чат-ботов в организации коммуникации к потребителям, больше половины потребителей (62%) предпочли бы чат-бот, вместо менеджера (38%). Более того, 3 из 4 респондентов (69%) отметили скорее положительный опыт общения с чат-ботом, среди самого бизнеса такой процент выше на 5% (74%) [6]. По нашему мнению, в условиях развития омниканальности использование различного рода чат-ботов, которые способны оказывать клиентскую поддержку круглосуточно и по широкому кругу вопросов, является эффективным инструментом для повышения продаж.

Таким образом, компании могут показать потребителям, что они всегда готовы им помочь получить качественный товар или услугу (в условиях грамотной настройки инструментов). Основная маркетинговая задача организации состоит в выстраивании коммуникации с другими, эффективность которой зависит от множества факторов. Она должна отвечать потребностям, ценностям, убеждениям, практикам той аудитории, на которую эта коммуникация направлена. В этом смысле, анализ потребностей, паттернов поведения, мотивов, ценностных убеждений и других когнитивных, эмоциональных и мотивационных аспектов аудитории является необходимой частью в управлении маркетинговой коммуникации организации для роста продаж. Традиционная концепция маркетинга трансформируется в креативный маркетинг и эмоциональный брендинг, задача которых эмоционально вовлечь потребителя в свой бренд, транслируя «нужные» ценности. Современные коммуникативные инструменты повышения продаж строятся не на прямом перечислении преимуществ организации, а через создание смыслов, передачи идейно-ценностных конструкций потребителям.

Список использованных источников:

1. Астанин Р. В. Современные методы формирования имиджа организации как элемента маркетинговой стратегии // Новая наука и формирование интегративно-целостного мышления. 2017. - С. 29-32.;

2. РБК Компании: Тренды в Интернет-маркетинга в 2024 году [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://companies.rbc.ru/useful/trendy-internet-marketinga-v-2024-godu/ - дата обращения 07.05.2025.;

3. Исследование «Лайфхакер» Исследование аудитории подкастов в России [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://adpass.ru/lajfhaker-opublikoval-novoe-issledovanie-auditorii-podkastov-v-rossii/- дата обращения 07.05.2025.;

4. Официальный сайт Duolingo. 2023 [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://ru.duolingo.com//- дата обращения 07.05.2025.;

5. Официальный сайт Вкусно и точка Более 32 миллионов призов в мобильном приложении: «Вкусно – и точка» запускает Стикерманию. 2023 [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://vkusnoitochka.ru/articles/news/stickermania-start//- дата обращения 07.05.2025.;

6. Исследование Tidio The Future of Chatbots: 80+ Chatbot Statistics for 2023. 2023 [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.tidio.com/blog/chatbot-statistics///- дата обращения 07.05.2025.

© Гришанина О.М., Ильина С.И., 2025

УДК 331.526

УДАЛЁННАЯ РАБОТА В РЕГИОНАХ РОССИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Давлетшин И.И.
Научный руководитель Карелин И.Н.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики», Новосибирск

В последние годы вопрос организации труда в России становится особенно актуальным. Пост пандемическая трансформация бизнеса вынудила компании пересматривать модели работы, и на повестке дня стали гибкие форматы, включая полностью удалённый, гибридный и традиционный офисный режим. При этом уровень внедрения удалённой работы заметно варьируется не только по годам, но и между регионами. Настоящая статья посвящена сравнению региональных показателей внедрения удалённого труда, анализу динамики изменений за 2022, 2023 и 2024 годы и выдвижению гипотез о факторах, определяющих эти различия.

Дистанционной (удаленной) работой является выполнение определенной трудовым договором трудовой функции вне места нахождения работодателя, его филиала, представительства, иного обособленного структурного подразделения (включая расположенные в другой местности), вне стационарного рабочего места, территории или объекта, прямо или косвенно находящихся под контролем работодателя, при условии использования для выполнения данной трудовой функции и для осуществления взаимодействия между работодателем и работником по вопросам, связанным с ее выполнением, информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети Интернет, и сетей связи общего пользования [1].

На основе микроданных выборочного обследования рабочей силы за 2022-2024 годы, опубликованных на сайте Росстата, был проведён анализ занятости населения [2]. Анализируемые показатели отражены в табл. 1, в которой представлены данные о распределении работников по трём режимам труда в различных регионах России. Все дни рабочей недели: процент сотрудников, которые постоянно работают удалённо без перехода на офисный режим. Несколько дней, но не все: процент сотрудников, использующих удалённую работу лишь часть недели. Не приходилось: процент работников, для которых удалённый формат не применялся, что типично для предприятий с доминирующим очным присутствием.

Таблица 1 – Распределение работников по режимам удалённой работы в регионах России в 2022-2024 гг.

	2022			2023			2024		
	Все дни рабочей недели	Несколько дней, но не все	Не приходилось	Все дни рабочей недели	Несколько дней, но не все	Не приходилось	Все дни рабочей недели	Несколько дней, но не все	Не приходилось
Астраханская область	0,7%	0,6%	98,7%	0,6%	0,2%	99,3%	0,1%	0,0%	99,9%
Белгородская область	0,8%	0,6%	98,6%	1,1%	1,1%	97,9%	1,3%	1,8%	96,9%
Забайкальский край	0,6%	1,0%	98,4%	0,7%	0,2%	99,1%	0,0%	0,1%	99,8%
Ингушетия	1,8%	2,7%	95,5%	1,5%	2,6%	95,9%	1,4%	2,5%	96,1%
Ивановская область	0,4%	0,3%	99,4%	0,1%	0,0%	99,9%	0,1%	0,2%	99,7%
Кабардино-Балкария	0,2%	0,4%	99,4%	0,1%	0,4%	99,5%	0,3%	0,2%	99,5%
Крым	0,3%	0,2%	99,5%	0,2%	0,1%	99,7%	0,1%	0,0%	99,9%
Кировская область	0,4%	0,3%	99,3%	0,4%	0,3%	99,3%	0,5%	0,1%	99,4%
Калмыкия	1,1%	0,5%	98,5%	0,2%	0,2%	99,7%	0,0%	0,0%	99,9%
Магаданская область	0,5%	0,5%	99,0%	1,5%	1,5%	97,1%	0,6%	0,1%	99,2%
Москва	2,6%	3,2%	94,2%	0,7%	1,7%	97,6%	0,4%	2,9%	96,7%
Московская область	1,7%	2,6%	95,7%	0,7%	2,4%	96,9%	1,2%	3,0%	95,8%
Ненецкий АО	0,1%	0,1%	99,7%	0,1%	0,0%	99,9%	0,1%	0,1%	99,8%
Орловская область	0,3%	0,7%	99,0%	0,1%	0,0%	99,9%	1,3%	0,7%	98,0%
Пензенская область	0,9%	1,1%	98,0%	1,6%	1,3%	97,1%	0,4%	1,1%	98,5%
Псковская область	1,5%	0,3%	98,2%	2,2%	0,7%	97,0%	1,0%	0,6%	98,4%
Северная Осетия-Алания	2,0%	0,5%	97,6%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,1%	99,9%
Смоленская область	1,2%	0,6%	98,2%	0,8%	0,4%	98,8%	2,3%	0,7%	97,0%
Томская область	1,0%	3,1%	95,9%	0,2%	0,5%	99,3%	0,2%	0,9%	98,9%
Татарстан	0,3%	1,0%	98,7%	0,1%	0,2%	99,8%	0,2%	0,4%	99,3%
Тверская область	3,3%	1,4%	95,3%	0,8%	1,3%	97,9%	0,8%	0,9%	98,3%
Тюменская область	2,1%	1,5%	96,4%	1,0%	1,9%	97,1%	0,9%	2,1%	96,9%
Чукотский АО	0,1%	0,0%	99,9%	0,0%	0,2%	99,8%	0,0%	0,2%	99,7%

Каждый регион представлен по динамике за три года, что позволяет отследить как изменения во времени, так и межрегиональные различия. Значения указаны в виде десятичных дробей, отражающих процентное соотношение, где сумма по строке для каждого года равна 100% [3].

При сравнительном анализе различных регионов России из таблицы можно выделить следующие тенденции.

Различия в уровне цифровизации и инфраструктурного развития. Регионы с хорошо развитой инфраструктурой демонстрируют более активное применение формата удалённой работы. Например, в Москве в 2022 году доля работников, работающих удалённо «во все дни рабочей недели», составляла 2,6%, а в 2023 и 2024 годах наблюдались изменения до 0,7% и 0,4% соответственно. При этом уровень сотрудников, не работающих удалённо, оставался ниже, чем в регионах с менее развитой инфраструктурой. В Московской области показатели также высоки: в 2022 году – 1,7% для полного удалённого режима, 2,6% при частичной удалёнке, а в 2024 году – 1,2% и 3,0% соответственно.

Региональные особенности экономической структуры. Экономический профиль региона влияет на возможность и необходимость внедрения удалённого труда. Например, в Астраханской области наблюдаются довольно низкие показатели удалённой работы: в 2022 году – всего 0,7% работников трудятся удалённо на постоянной основе, а в 2024 году эта доля снизилась до 0,1%. Высокий процент (98,7-99,9%) работников, для которых удалённая работа не применялась, свидетельствует о доминировании традиционного формата труда, что может быть связано с особенностями региональной экономики и отраслевой структурой. Белгородская область демонстрирует несколько иные показатели: в 2022

году – 0,8% сотрудников работали удалённо (полный формат), а в 2023 году наблюдалось некоторое увеличение до 1,1% с ростом гибридного режима до 1,1% и снижением доли очного формата до 97,9%. В 2024 году доля очного труда снизилась до 96,9%, что может свидетельствовать о начале адаптации к более гибким моделям [4].

Культурно-организационные и управленческие факторы. Региональные традиции управления и корпоративная культура также влияют на распространённость удалённого труда. В Ингушетии, например, показатели удалённой работы относительно выше: в 2022 году – 1,8% работников трудятся полностью удалённо, а динамика за следующие годы (1,5% и 1,4% соответственно) сохраняет тенденцию к стабильности. Это может указывать на более гибкий подход руководства и готовность к инновационным форматам труда. Напротив, регионы с устоявшимися управленческими традициями, где уровень доверия между руководством и персоналом ниже, чаще предпочитают классический офисный режим, что отражается в высоком проценте работников, для которых удалённая работа «не приходилась».

На основе представленных данных можно выделить следующие гипотезы, объясняющие обнаруженные региональные различия.

Инфраструктурный фактор. Высокий уровень цифровизации, наличие современной телекоммуникационной и IT-инфраструктуры создают условия для эффективной реализации удалённого формата, как это наблюдается в Москве и Московской области. В регионах с ограниченными ресурсами (например, в Астраханской области) компании зачастую вынуждены оставаться при традиционной модели, так как отсутствует необходимая база для стабильной удалённой работы.

Экономический профиль и отраслевые особенности. Регионы, где развиты услуги, IT-сектор или творческие индустрии, имеют больше возможностей для внедрения гибких форм труда. Напротив, в регионах с экономикой, ориентированной на производство и традиционные виды деятельности (как показывает пример Астраханской области), физическое присутствие работников остаётся необходимостью.

Культурно-организационные особенности управления. Глубоко укоренившиеся традиционные управленческие практики в некоторых регионах приводят к меньшей адаптации удалённого труда. Региональные различия в менталитете, уровне доверия и готовности к изменению методов контроля за сотрудниками играют значительную роль в формировании предпочтений в организации работы.

Параллельно с межрегиональным сравнением, анализ годовой динамики также выявляет интересные тенденции. Общее снижение интенсивности полного удалённого режима. В большинстве регионов, независимо от уровня цифровизации, наблюдается тенденция к снижению доли сотрудников, работающих удалённо каждый день. Это может

указывать на постепенное возвращение к гибридным моделям или традиционному формату труда.

Небольшая, но заметная адаптация гибридных форматов. В таких регионах, как Белгородская и Московская области, наблюдается рост доли работников, применяющих режим «несколько дней, но не все». Динамика показывает, что с 2022 по 2024 год в некоторых случаях этот показатель увеличивается, что свидетельствует о переходе к более гибким схемам работы.

Увеличение доли очного труда. Показатель «Не приходилось» стабильно растёт или остаётся на высоком уровне в ряде регионов. Например, в Астраханской области этот процент практически достигает 100%, что подтверждает доминирование очного формата и ограниченность возможностей для внедрения удалённой работы.

Проведённый сравнительный анализ показывает, что уровень использования удалённой работы в регионах России существенно различается. В мегаполисах и районах с высоким уровнем цифровизации (Москва, Московская область) наблюдается тенденция к более широкому применению гибких форм труда, несмотря на незначительные флуктуации динамики за 2022, 2023 и 2024 годы. В то же время регионы с преимущественно традиционной экономикой (например, Астраханская область) характеризуются преобладанием очного формата, что свидетельствует о сложностях внедрения удалённых технологий на региональном уровне. Выдвинутые гипотезы указывают на влияние инфраструктурных возможностей, отраслевых особенностей и управленческих традиций на применение удалённой работы.

Список использованных источников:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/adca37e8038a44ab5499c589bf6205dce6af12d6/ (дата обращения: 10.04.2025).

2. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Микроданные выборочного обследования рабочей силы за 2022–2024 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru, свободный. – Дата обращения: 03.04.2025.

3. Федеральная служба государственной статистики. Основные методологические и организационные положения по проведению выборочного обследования рабочей силы: утв. приказом Росстата от 29.12.2023 № 707 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_467194/ (дата обращения: 10.04.2025).

4. Петрова Е.В., Иванов С.А. Трансформация форм занятости в цифровую эпоху: удалённая и гибридная работа // Социология труда. – 2023.

– № 2. – С. 34–42. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=46597057 (дата обращения: 10.04.2025).
© Давлетшин И.И., 2025

УДК 330.34

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОТРАСЛЕЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Даниелян Э.И.
Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет "Синергия"», Москва

Актуальность исследования вопросов инновационного развития связана с активными трансформационными процессами смены технологического уклада, требующими от всех субъектов экономической системы готовности к созданию и внедрению инноваций. Вопросы формирования и развития инновационного потенциала выступают значимой частью эффективного управления устойчивым стратегическим развитием, как на уровне бизнеса, так и на уровне государства. Текущее состояние инновационного развития РФ характеризуется снижением уровня в международных рейтингах инновационной активности: так рейтинге Глобального инновационного индекса в 2023 году страна заняла 51 место, потеряв четыре позиции, в 2024 году – 59 место, снизившись еще на восемь пунктов, это требует повышения эффективности государственной инвестиционной политики, развития обеспечивающих её разработку научных подходов [1]. Цель исследования – анализ проблем и перспектив использования эконометрического моделирования и прогнозирования инновационного потенциала промышленных отраслей в управлении российской экономикой.

Инновационный потенциал в современной научной литературе рассматривается как комплексная характеристика, отражающая наличие у социально-экономической системы характеристик и ресурсов, выступающих основой её способности к дальнейшему осуществлению инноваций в процессе своего развития, то есть созданию, внедрению и распространению новых идей, технологий и продуктов. Выделение ключевых составляющих, определяющих состояние инновационного потенциала, позволяет оценивать и прогнозировать развитие экономических систем, корректировать направления их эволюции и формировать оптимальные условия для поддержки [2]. Анализ научной литературы показывает, что понятие инновационного потенциала [3-6]:

отражает возможности исследуемой системы к структурно-функциональным изменениям;

является показателем, имеющим интегративный эффект и проявляющимся в определенной мере в следствие сочетания внутренних характеристик и факторов развития социально-экономической системы и факторов внешней среды;

является показателем, оцениваемым на основе косвенных методов измерения, отражающих различные аспекты количественной и качественной его величины;

является показателем, предопределяющим прогнозное состояние системы, то есть характеризующим не только текущий уровень инновационного развития, но и максимально возможные его проявления в будущем.

Анализ и оценка инновационного потенциала могут быть проведены на различных уровнях социально-экономической системы: макроуровне, на котором оценивается инновационное развитие страны [3, 4]; мезоуровне, включающем рассмотрение инновационного потенциала на уровне региональных социально-экономических систем, отдельных отраслей и территорий [5-7]; микроуровне, показывающий потенциал инновационного развития отдельных экономических субъектов [4, 8].

Вместе с тем, большее количество исследований посвящено исследованию основных составляющих и закономерностей формирования и развития инновационного потенциала регионов страны. Активное внимание к прогнозированию пространственного инновационного развития наблюдается и в зарубежной научной среде [9]. В РФ к настоящему времени для оценки инновационного потенциала территориальных социально-экономических систем разработаны и используются Российский региональный инновационный индекс (РРИИ) (НИУ ВШЭ), индекс инновативности НИСП, Индекс инновативности регионов «Северо-Запад», уровень инновационного развития А.Б. Гусева и др. При большом числе исследований сохраняется проблема разнообразия подходов к оценке и широкой дифференциации условий экономического и инновационного развития на уровне отдельных регионов [10-11]. В условиях большой протяженности территории субъекты РФ характеризуются различными исходными ресурсами для социально-экономического развития, многие имеют ряд специфических черт функционирования экономических субъектов. Эти факторы требуют учета при оценке инновационного потенциала и управления развитием территории, однако применение различных моделей к оценке осложняет сравнительный анализ и выработку решений в общегосударственном масштабе. Вопросы эконометрического моделирования и прогнозирования инновационного капитала получили детальное исследование применительно к региональным экономическим системам в современных условиях [6, 7]. В целом можно отметить, что при

сохраняющемся многообразии подходов вопросы оценки инновационного потенциала регионов РФ получили активную проработку. На уровне государственной статистики ведутся регулярные статистические наблюдения и мониторинг комплекса показателей инновационного развития, НИУ ВШЭ осуществляется мониторинг индикаторов и формируется рейтинг инновационного развития субъектов РФ.

Вопросы исследования инновационного развития отраслей национальной экономики и региональных отраслевых комплексов в российской научной среде получили меньшее исследование. В частности, работы [5, 10, 11] содержат исследования механизмов и компонентов формирования отраслевых инновационных потенциалов. Часть авторов в анализе опираются на основные статистические показатели – инновационную активность организаций и долю организаций, осуществляющих инновации [11]. Другие выделяют в качестве основных компонентов инновационного потенциала отрасли ресурсный, инвестиционный (финансовый), наукоемкий (научно-технический), организационно-экономический (рыночный), инфраструктурный и человеческий (кадровый) [2, 5, 12]. Вместе с тем, комплексному моделированию оценки и прогнозированию инновационного потенциала развития промышленных отраслей достаточного внимания пока не уделено.

С одной стороны, внимание к региональным инновационным потенциалам в научной среде объясняется рядом объективных факторов: федеративным устройством и существенным различием территорий по социально-экономическим показателям; значимостью региональной экономической политики в экономическом развитии страны, возможностью регулирования и эффективной поддержки развития экономических субъектов на местном уровне; возможностями сбора развернутой информации на региональном развитии, наличием аналитических показателей наличием по субъектам на уровне региональных отделений статистической службы.

С другой стороны, при большой значимости оценки процессов внедрения инноваций в экономических системах с учетом их пространственных характеристик для российской экономики формирование и развитие отраслевых систем и инфраструктуры их развития служит неотъемлемым элементом устойчивого развития экономики в целом. Особенности отраслевого развития российской экономики, во многом сформировавшиеся в период административного управления советского периода, характеризуются диверсифицированной и многоотраслевой структурой, основанной на территориальном разделении труда. Это требует комплексного анализа и развития условий, факторов и процессов инновационного развития в отраслевом разрезе и ставит вопрос о необходимости формирования моделей и методов оценки инновационного потенциала отраслей. В условиях цифровой трансформации и тенденций

интеграции крупных промышленных структур, формирования отраслевых экосистем управление на уровне отраслевых комплексов национальной экономики имеет большие возможности [12]. На уровне регионов возможности инновационного развития зачастую ограничены, в связи с чем важно отраслевое наращивание потенциала в рамках оценки и управления на федеральном уровне. Моделирование и прогнозирование инновационного потенциала отраслей способно внести существенный вклад в планирование и развитие отраслевой структуры экономики, ее территориального размещения с учётом особенностей и возможностей, а также потребностей отдельных регионов.

Полученные на основе моделирования и оценки инновационного потенциала результаты позволяют осуществить детальное исследование инновационного развития региональных экономических систем, кластеризацию субъектов и территорий российской федерации по уровню экономического развития, сформировать информационную базу для управленческих решений. Актуальным представляется развитие инструментария эконометрического моделирования и прогнозирования инновационного потенциала отраслевых комплексов российской экономики, отражающего накопленный уровень резервов и ресурсов отрасли и позволяющего прогнозировать динамику и возможную силу дальнейшего развития. Прогнозирование на основе эконометрических моделей позволит проектировать влияние на основные составляющие инновационного развития, будучи основой совершенствования государственных целевых программ отраслевого развития экономики.

В сформированных к настоящему моменту моделях и методах оценки инновационного потенциала социально-экономических систем можно выделить ряд недостатков. Во-первых, концентрация современных исследований в оценке инновационного потенциала преимущественно на региональных экономических системах. Во-вторых, основанность преимущественно на статистических данных, имеющих временной лаг в оценке с текущим положением дел в связи с медленным сбором и аккумуляцией статистических данных [8, 13]. В-третьих, сложность сбора и учета показателей оценки ряда составляющих инновационного потенциала, не имеющих сформированной статистической базы (рыночной, инфраструктурной, кадровой) [6].

Моделирование инновационного потенциала отраслевого развития экономики во многом ограничивается второй и третьей группой факторов, связанных со сложностью аккумуляции данных, большим числом субъектов, формирующих общий тренд инновационного развития.

Основой решения выделенных проблем может стать использование современных методов и технологий работы с данными, использование технологий нейросетевого моделирования и прогнозирования, позволяющих ускорить обработку данных и расширить число

обрабатываемых факторов [13]. Значимый потенциал развития эконометрического моделирования и оценки потенциала отраслей [14] содержится в использовании технологий работы с большими данными, их сбора и анализа. Существенную роль в активизацию исследований инновационного потенциала на отраслевом уровне может сыграть заинтересованность государства. Государственным органам в настоящий момент целесообразно при разработке основных направлений экономической политики уделять большее внимание инновационному потенциалу и инновационному развитию отраслевых социально-экономических систем; стимулировать ведение научной работы по эконометрическому моделированию и прогнозированию инновационного развития отраслей, формированию развернутых систем показателей мониторинга отраслевого инновационного развития, в том числе на основе работы с технологиями больших данных.

Таким образом, при активном внимании к исследованию инновационного потенциала региональных социально-экономических систем в российской научной среде важным является изучение вопросов комплексного моделирования оценки и прогнозирования инновационного потенциала промышленных отраслей. Основными текущими проблемами эконометрического моделирования инновационного потенциала промышленных отраслей являются: недостаточная научная проработанность, ограниченность актуальной информационной базы, сложность сбора и учета ряда показателей оценки составляющих инновационного потенциала. Основой решения выявленных проблем наряду с научной проработкой модели и методики оценки инновационного потенциала промышленных отраслей может стать использование технологий работы с большими данными, методов нейросетевого прогнозирования, а также поддержка соответствующих направлений научной работы со стороны государства.

Список использованных источников:

1. Global Innovation Index 2024. Режим доступа: https://www.wipo.int/web-publications/global-innovation-index-2024/en/

2. Тинякова, В.И. Анализ составляющих инновационного потенциала территорий / В. И. Тинякова, О. С. Чемерис // Управление городом: теория и практика. – 2018. – № 3(30). – С. 48-58.

3. Вэнь Юйчжу Формирование инновационного потенциала страны в условиях экономической турбулентности: диссертация ... кандидата экономических наук : 5.2.3. Санкт-Петербург, 2024. - 132 с.

4. Воскресенская, О.В. Инновационный потенциал России, ее регионов и отраслей / О. В. Воскресенская // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2024. – № 11-1. – С. 17-24.

5. Ефрюшкина, Е.В. Системно-интегративный подход в управлении инновационным потенциалом российской биотехнологической отрасли / Е.

В. Ефрюшкина, М. В. Красностанова // Современные технологии управления. – 2023. – № 4(104). – С. 6.

6. Ляпунова, Е.А. Инструментарий прогнозирования инновационного развития экономики регионов Российской Федерации : диссертация ... к.э.н : 08.00.13 - Москва, 2022. - 236 с.

7. Уандыкова, Мафура. Системное моделирование процессов формирования и реализации программ инновационного развития регионов : диссертация ... дэн: 08.00.13 ; 08.00.05. - Москва, 2021. - 369 с.

8. Калугин, В. С. Исторический аспект использования знаниевого подхода к инновационному развитию экономики / В. С. Калугин, О. С. Погарская // Актуальные проблемы экономики в условиях реформирования современного общества : Материалы IV Международной научно-практической конференции, посвященной 140-летию со дня основания НИУ «БелГУ», Белгород, 25 ноября 2015 года. – Белгород: ООО «Эпицентр», 2016. – С. 188-190. – EDN VPCPER.

9. Kopczewska, K., & Elhorst, P. (2023). New developments in spatial econometric modelling. Spatial Economic Analysis, 19(1), 1–7. https://doi.org/10.1080/17421772.2023.2281173

10. Звягинцева, П.Ю. Инновационный потенциал отраслей российской экономики: проблемы оценки и развития / П. Ю. Звягинцева, А. А. Коняхина, Д. С. Федорович // Молодежь и XXI век - 2024 : Сборник научных статей 13-й Международной молодежной научной конференции, 2024г. – Курск: Университетская книга, 2024. – С. 116-119.

11. Кузьмина, Е.В. Инновационная трансформация территориального промышленного комплекса: анализ, оценка и тенденции / Е. В. Кузьмина, И. А. Морозова, С. А. Шевченко // Экономика. Информатика. – 2023. – Т. 50, № 1. – С. 54-66.

12. Третьякова, Л.А. Формирование инновационного отраслевого развития / Л. А. Третьякова, Н. А. Азарова, Р. Н. Пузаков // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2022. – Т. 84, № 1(91). – С. 418-424.

13. Летягина Е.Н., Перова В.И.. Нейросетевое моделирование региональных инновационных экосистем // Journal of New Economy. – 2021. – Т. 22, № 1. – С. 71–89.

14. Чемерис, О. С. Моделирование экономической эффективности внедрения умных технологий на сельхозпредприятиях / О. С. Чемерис, Р. В. Карпович // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. – 2025. – № 1. – С. 159-166. – DOI 10.18101/2304-4446-2025-1-159-166.

© Даниелян Э.И., 2025

УДК 338.2

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Дегтярев С.В.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет», Донецк

Наличие рыночной конкуренции является основой политического, экономического и социального развития государства. С целью защиты и развития конкуренции в России функционирует система антимонопольного законодательства, которая включает в себя: ФАС и её территориальные отделения, программные документы, а именно дорожные карты, стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования, а также стандарты развития конкуренции в регионах [1].

Перечисленные институты и документы разработаны на федеральном уровне, что безусловно, не может учитывать всех различий, особенностей и условий регионального характера.

С целью эффективной реализации конкурентной политики необходима разработка инструментов и механизмом не только на федеральном уровне, но и на уровне территориальных образований с учетом их особенностей и спецификой функционирования.

Разработка и реализация комплекса мер, направленных на развитие конкуренции на уровне территориальных образований с учетом локальных особенностей и спецификой их функционирования может стать инструментом улучшения не только экономического роста и конкурентоспособности региона и улучшить уровень и качество жизни населения, но и стать импульсом для экономического роста государства.

В связи с вышеизложенным в работе предлагается разработать и внедрить внутрирегиональный стандарт конкуренции на региональном уровне.

Существенное влияние на развитие рыночных отношений оказывают региональные органы публичной власти. Они обладают широким спектром стимулов, полномочий, механизмов с помощью которых создают благоприятный климат для развития и функционирования предпринимательской деятельности, но в то же время эти инструменты выступают административными барьерами, которые нередко скрывают за собой коррупционные действия.

В России антимонопольное законодательство распространяет свое действие не только на хозяйствующих субъектов рынка, но и на действия органов публичной власти. Необходимо отметить, что в США и ЕС

антимонопольное законодательство распространяет свое действие исключительно на участников рынка.

Должностные лица, при исполнении своих профессиональных обязанностей порой специально создают условия по ограничиванию или устранению конкуренции на товарном рынке. В связи с чем, необходим контроль за деятельностью органов публичной власти в сфере реализации государственного управления и регулирования экономики.

Федеральная антимонопольная служба Российской Федерации в своем докладе «О развитии конкуренции в Российской Федерации» анализирует не только уровень конкуренции на товарных рынках, а и уделяет пристальное внимание длительности органов публичной власти по осуществлению своих полномочий в сфере антимонопольного регулирования.

Органы публичной власти занимают лидирующее положение по количеству выявленных нарушений антимонопольного законодательства. По итогам 2024 года выявлено 710 нарушений антимонопольного законодательства со стороны органов публичной власти, что составляет практически половину от общего количества нарушений. Необходимо отметить, что при общем снижении нарушений антимонопольного законодательства на 4,7% количество выявленных нарушений органами публичной власти увеличилось на 47% [2].

В своей работе А.Ю. Кинев отмечает, что в настоящее время государство уделяет достаточное внимание защите конкуренции не только за счет стандартных направлений и инструментов, а и с помощью превентивных мер воздействия [3]. Под превентивными мерами подразумевается реализация не только мер, направленных на защиту конкуренции, но и стимулирование проконкурентного поведения.

Для должностных лиц, за нарушение норм и правил антимонопольного законодательства предусмотрена правовосстановительная и административная ответственность. Необходимо отметить, превышение должностных полномочий может привести к уголовной ответственности.

Должностные лица органов публичной власти, работающие и принимающие решения в сфере, которая направлена на защиту конкуренции, должны иметь знания и понимать природу наступления неблагоприятных последствий для экономической конкуренции.

Для минимизации антиконкурентных действий со стороны должностных лиц органов публичной власти предлагается разработать внутриинституциональное антимонопольное положение.

Под внутриинституциональным антимонопольным положением (далее Положение) предлагается понимать, свод правил, норм и систему мер, направленных на анализ, определение, предупреждение и устранений действий со стороны должностных лиц органов публичной власти, действия

которых могут ограничивать развитие конкуренции. Целью Положения является предупреждение или своевременное устранение антиконкурентных действий со стороны органов публичной власти в ходе реализации своих полномочий.

Разработка и внедрение Положения в органах публичной власти обусловлена: преобладающим большинством нарушений антимонопольного законодательства со стороны органов публичной власти (об этом говорилось выше); предупреждение и устранение антиконкурентных действий должностных лиц органов публичной власти несут позитивный макроэкономический эффект; выход из теневого сектора хозяйствующих субъектов, что позволит увеличить доходную часть бюджета; повышение качества выпуска и предоставления товаров и услуг, что окажет положительный эффект для потребителей.

Во внедрение внутриинституционального антимонопольного положения на региональном уровне заинтересованы следующие стейкхолдеры, а именно ФАС России с региональными управлениями, хозяйствующие субъекты, потребители, органы власти. На рис. 1 представлен алгоритм разработки внутриинституционального антимонопольного положения.



Рисунок 1 – Алгоритм разработки внутриинституционального антимонопольного положения

Предлагается разработать типовое внутриинституциональное антимонопольное региональное положение, которое каждый орган публичной власти будет брать за основу для разработки внутреннего положения учитывая специфику и особенности своей деятельности. Разработку типового Положения предлагается делегировать региональному отделению Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации (далее региональное отделение ФАС России).

Органы публичной власти разрабатывая Положение должны руководствоваться такими принципами как: адресность, эффективность, заинтересованность руководителей, ответственность, гибкость, комплексность и системность. Разработанное Положение органы публичной власти согласовывают с региональным отделением ФАС России и принимают его локальным нормативно-правовом актом.

При разработке Положения необходимо учитывать опыт, отраженный в «белой» и «черной» книгах антимонопольных практик, которые ежегодно формирует Федеральная антимонопольная служба России.

В Положении также необходимо зафиксировать должностных лиц, действия которых могут привести к ограничению конкуренции; показатели достижения и оценки эффективности действий должностных лиц.

Основными задачами внутриинституционального антимонопольного положения являются: сокращение факторов, вызывающих ограничение и недопущение конкуренции; обеспечение соблюдения антимонопольного законодательства органами публичной власти; развитие у должностных лиц проконкурентного мышления; развитие благоприятной конкурентной среды.

Разработка и внедрения данного Положения соответствует совокупности функций управления: анализ, планирование, контроль, совершенствование, мотивация.

Таким образом, предложенное внутриинституциональное антимонопольное положение представляет собой свод правил, норм и систему мер, направленных на анализ, определение, предупреждение и устранений действий со стороны должностных лиц органов публичной власти, действия которых могут ограничивать развитие конкуренции. Для развития и совершенствования конкуренции на всех товарных рынках необходима последовательная и системная конкурентная политика.

Список использованных источников:

1. Поленов, А.В. Современное антимонопольное регулирование в России // Государство и бизнес. Современные проблемы экономики: материалы VII Международной научно-практической конференции (г. Санкт-Петербург, 22–24 апреля 2016 г.). – СПб., 2016. – С. 57-60.

2. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2024 г. – [Электронный ресурс]. – URL: https://fas.gov.ru/documents/689965 (дата обращения: 02.05.2025).

3. Кинев А.Ю. Административно-правовая защита конкуренции: проблемы и пути совершенствования: дис. … д-ра юрид. Наук : 12.00.14. М., 2015. – С 53-54.

© Дегтярев С.В., 2025

УДК 331.5, 332.012.2

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Докукин И.С.
Научный руководитель Пурыскина В.А.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва

В современном обществе вопрос инклюзии людей с ограниченными возможностями здоровья становится всё более актуальным. Организация бизнеса, способствующего социальной интеграции и экономической независимости таких людей, играет важную роль не только в улучшении их качества жизни, но и в развитии общества в целом. Реальность такова, что многие лица с ограниченными возможностями здоровья сталкиваются с трудностями при поиске работы, а новые предприниматели не знают, как правильно организовать свой бизнес для людей с инвалидностью. Однако все больше инициатив, направленных на поддержку данной категории граждан, предоставляют возможности для открытия бизнеса, формируя благоприятную среду для их полноценной интеграции в экономическую жизнь страны.

В данной статье мы рассмотрим ключевые аспекты организации рабочих мест для людей с ограниченными возможностями здоровья, опираясь на практические примеры успешного внедрения таких подходов в бизнесе.

Вовлечение людей с ограниченными возможностями здоровья в жизнь российского общества происходит в различных формах – это реабилитация, различные способы психологической поддержки, социальное обеспечение, профессиональная ориентация и поддержка и конечно же возможность трудиться и реализовывать себя, получая удовлетворение и финансовое вознаграждение, а также общение в профессиональном обществе [1].

Основными причинами трудностей, которые испытывают инвалиды при трудоустройстве, можно назвать следующие обстоятельства: уровень трудоспособности инвалида объективно ниже уровня трудоспособности здорового человека; права инвалидов в сфере труда финансово и организационно обязаны обеспечивать работодатели, и эти затраты государство им в полной мере не компенсирует; трудности психологического плана со стороны самих инвалидов: заниженная самооценка, боязнь ответственности, кардинальных изменений образа жизни и т.п. [2].

Также и для работодателя существует ряд трудностей при трудоустройстве людей с ограничениями по здоровью, рассмотрим несколько из наиболее острых из них. Многие работодатели сталкиваются с проблемами обеспечения физической доступности рабочего места. Это включает в себя необходимость установки пандусов, подъемников, проходов шириной, достаточной для перемещения инвалидных колясок, а также адаптации санузлов и других помещений. Работодатель может быть вынужден инвестировать в специальное оборудование, такое как адаптированные компьютеры, стулья и другие инструменты, которые помогут сотрудникам с инвалидностью выполнять свои рабочие обязанности. Работодатели могут не знать всех законодательных требований к трудоустройству людей с ограничениями по здоровью, что может вызвать правовые трудности. Например, необходимы специальные квоты или соблюдение правовых норм, касающихся наставничества и поддержки таких сотрудников. Объем необходимой документации для оформления таких работников может оказаться больше, чем для обычных сотрудников, что также может усложнять процессы трудоустройства. Работодатели могут сталкиваться с необходимостью адаптировать рабочие процессы и систему обучения для сотрудников с особыми потребностями. Это может включать создание индивидуальных программ обучения и наставничества, что требует времени и ресурсов. Процесс интеграции человека с ограничениями в коллектив может потребовать времени и усилий как со стороны работодателя, так и со стороны самих коллег. Работодатели должны быть осведомлены о правах работников с ограничениями, и это требует времени и подготовки для правильного и законного управления кадровыми ресурсами.

Трудоустройство на предприятии инвалида требует дополнительных издержек, однако при грамотной организации процесса, соответствующем обучении, создании в должной мере доступной среды эти издержки со временем окупаются: работник с ограничениями по здоровью способен быть столь же эффективен (и в некоторых случаях даже более эффективен), как и работник без инвалидности [3].

Первым примером успешного бизнеса, организованного для людей с ограниченными возможностями, является Кафе «Разные зерна», открытое в городе Москве. Это заведение было создано для того, чтобы предоставить возможность трудоустройства людям с различными формами инвалидности, в том числе с нарушениями слуха и зрения. Для каждого сотрудника специалисты пишут индивидуальную программу: как он будет включаться в работу, как ему правильно давать подсказки и инструкции, что может не понравиться. Также команда «Разных зерен» учит корректному взаимодействию других сотрудников [4].

Также рассмотрим несколько аргументов, касающихся данной организации. Инклюзивность как основа: кафе «Разные зерна»

осуществляет инклюзивный подход, привлекая к работе не только людей с ограниченными возможностями здоровья, но и здоровых сотрудников. Это создает уникальную атмосферу взаимопонимания и уважения, тем самым способствуя социальной интеграции и формированию позитивного восприятия людей с инвалидностью в обществе. Обучение и развитие: один из ключевых аспектов работы кафе – это программы обучения для сотрудников, основанные на индивидуальных потребностях каждого работника. Это позволяет не только повысить квалификацию, но и улучшить уверенность в себе, что открывает новые горизонты в карьере. Социальная ответственность: кафе активно участвует в благотворительных проектах и сотрудничает с различными фондами, что повышает осведомленность о проблемах инвалидов и способствует формированию более толерантного общества.

Еще одним интересным примером является творческая мастерская «Рука помощи», где работают люди с ограниченными возможностями и создают уникальные изделия ручной работы. Мастерская предлагает не только возможность трудоустройства, но и обучение различным ремеслам, что позволяет участникам развивать свои навыки и повышать самооценку [5]. По аналогии с вышеупомянутым примером, приведу несколько аргументов. Эстетическая ценность и уникальность продукции: изделия, создаваемые в мастерской, отличаются уникальным стилем и высоким качеством. Это позволяет не только обеспечить финансовую устойчивость бизнеса, но и привлекает внимание к проблемам людей с ограниченными возможностями, создавая им дополнительные возможности для самореализации. Поддержка сообществ: творческая мастерская активно сотрудничает с местными художниками и дизайнерами, что помогает расширить кругозор участников и укрепить связи с сообществом. Это взаимодействие не только повышает уровень продукции, но и способствует интеграции людей с инвалидностью в творческую и культурную жизнь города. Привлечение внимания к вопросам инклюзии: мастерская проводит различные выставки и мероприятия, привлекающие внимание широкой общественности к вопросам инклюзии и прав людей с ограниченными возможностями. Это помогает изменить общественное мнение и способствует формированию более поддерживающего и взаимопонимающего общества.

Организация рабочих мест для людей с ограниченными возможностями в России представляет собой не только вызов, но и возможность создать более справедливое и инклюзивное общество, где каждый человек может внести свой вклад. Примеры кафе «Разные зерна» и творческой мастерской «Рука помощи» показывают, что такой бизнес может быть финансово успешным и социально значимым. Инициативы, подобные этим, не только помогают людям с ограниченными возможностями стать самостоятельными и независимыми, но и создают

условия для их интеграции в общество, формируют новое отношение к людям с инвалидностью и способствуют повышению общей толерантности и взаимопонимания.

Разработка и внедрение таких инклюзивных решений имеет значительное значение не только для работников, но и для формирования более открытого и толерантного общества в целом. Продолжая развивать эти практики на уровне государства и бизнеса, мы можем создать условия, способствующие нормализации жизни и работы миллионам людей, обеспечивая каждому равный доступ к возможностям в профессиональной сфере.

Список использованных источников:

1. Алиева П. Р., Мирзабалаева Ф. И. Проблемы создания достойной трудовой среды в трудоизбыточном регионе для людей с ограниченными возможностями // Региональная экономика: теория и практика. 2014. №39. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-sozdaniya-dostoynoy-trudovoy-sredy-v-trudoizbytochnom-regione-dlya-lyudey-s-ogranichennymi-vozmozhnostyami (дата обращения: 04.05.2025).

2. Пашкова Г. Г. Проблемы занятости и трудоустройства инвалидов в Российской Федерации // Вестн. Том. гос. ун-та. Право. 2018. №29. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-zanyatosti-i-trudoustroystva-invalidov-v-rossiyskoy-federatsii (дата обращения: 04.05.2025).

3. Ненахова Ю. С. Трудовой потенциал инвалидов: проблемы реализации // Народонаселение. 2018. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/trudovoy-potentsial-invalidov-problemy-realizatsii (дата обращения: 04.05.2025).

4. Официальный сайт кафе «Разные зерна» [Электронный ресурс] / режим доступа. – URL: https://vk.com/cafe_zerna (дата обращения 30.05.2024).

5. Официальный сайт творческой мастерской «Рука помощи» [Электронный ресурс] / режим доступа. – URL: https://vk.com/public215781446 (дата обращения 30.05.2024).

© Докукин И.С., 2025

УДК 164

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

Докукин И.С.
Научный руководитель Шальмиева Д.Б.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва

С каждым годом цифровизация становится все более значимой в различных областях экономики, и логистика не является исключением. Процессы по управлению цепями поставок традиционно были сложными и требовали точной координации множества участников. В последние годы внедрение цифровых технологий совершенно изменило эти процессы, улучшив их эффективность, прозрачность и адаптивность.

В современных условиях организация логистических процессов в компаниях различных отраслей нуждается в постоянном совершенствовании. Это очевидно, так как затраты на логистику могут быть значительными. Снижение логистических издержек, повышение оперативности и гибкости цепей поставок в значительной степени влияет на эффективность работы различных компаний. Поэтому логистический сектор сегодня становится мощным драйвером развития и повышения конкурентоспособности компаний [1].

Повысить конкурентоспособность компании возможно за счет: способности быстро реагировать на рыночные изменения и изменения потребительского спроса; адаптируемости цепочки поставок к потребностям бизнеса, оптимизации складских запасов и сокращения издержек содержания запасов, обеспечения прозрачности и надежности процессов в рамках цепочки поставок; обеспечения согласованности всех звеньев-участников, вовлеченных в цепочку поставок (поставщиков, производителей, дистрибьюторов и пр.); преобразования линейных цепочек поставок за счёт внедрения цифровых технологий для получения долгосрочного конкурентного преимущества [2].

В данном случае цифровизация будет играть весомую роль в уменьшении издержек в логистике, подразумевая внедрение электронных систем и технологий, которые обеспечивают автоматизацию управления логистическими процессами. Рассмотрим несколько наиболее значимых систем.

Система управления цепями поставок SCM (Supply Chain Management) – это система, которая интегрирует данные от различных участников цепи, начиная от поставщиков и заканчивая конечными потребителями, что позволяет улучшить планирование и координацию.

Представлена в виде программного обеспечения и значительно улучшает видимость всей цепочки поставок. Это упрощает задачу для бизнес-подразделений принимать взвешенные и обоснованные решения в отношении запасов [3].

Интернет вещей IoT (Internet of Things) – это технология, представленная в виде устройств, которые связаны между собой с помощью системы датчиков и программного обеспечения. Она позволяет собирать и передавать данные через Интернет без участия человека. Применение IoT в логистике имеет критическое значение, позволяет автоматизировать множество логистических процессов, что приводит к значительному снижению операционных затрат и повышению эффективности. Например, использование сенсоров для мониторинга состояния грузов и транспортных средств позволяет оптимизировать маршруты, снижать затраты на топливо и уменьшать время доставки. При этом IoT обеспечивает возможность отслеживания товаров и транспортных средств в режиме реального времени. Это позволяет логистическим компаниям и их клиентам всегда быть в курсе местонахождения и состояния товаров, что способствует повышению доверия и удовлетворенности клиентов [4].

Блокчейн (Blockchain) – это технология, которая обеспечивает прозрачность и достоверность сделок между участниками цепей поставок, снижая риск мошенничества и неоправданных затрат. Она позволяет решить одну из самых сложных проблем в осуществлении координации между организациями: как обеспечить безопасность прохождения информации и увеличить репутационное доверие контрагентов. Представляет из себя специализированное программное обеспечение и содержит внутри себя последовательный реестр, который невозможно переписать, что позволяет с высокой точностью и достоверностью отслеживать логистическую информацию [5].

Особенность вышеперечисленных систем состоит в том, что они собирают достоверные аналитические данные, которые в дальнейшем обрабатываются аналитиками или непосредственно используемым программным обеспечением и представляют реальную и своевременную картину происходящего, что является весомым подспорьем для любой компании.

Рассмотрим примеры успешного использования цифровизации в логистике на примере нескольких компаний.

Одним из успешных примеров применения цифровизации в российской логистике является использование технологий Интернета вещей (IoT) для мониторинга состояния и местоположения грузов. Компания «Деловые линии» была одна из первых, кто внедрил данную систему в свои логистические операции. Использование разнотипных сенсоров на грузовых автомобилях, контейнерах и непосредственно грузах позволил собирать данные о местоположении, температуре и влажности среды,

окружающей груз в режиме реального времени. Это обеспечило не только безопасность перевозки, но и возможность компании быстро реагировать на любые изменения, что в итоге повысило качество и скорость доставки груза и повысило уровень обслуживания клиентов.

Еще одним успешным примером применения цифровизации для повышения прозрачности в цепях поставок является использование технологии блокчейн. Компания «СберЛогистика» заметила в данной технологии большой потенциал и с 2022 года начала активно реализовывать проекты, направленные на использование блокчейна для отслеживания всех операций в логистической цепочке. Данное нововведение позволило сократить время на согласование контрактов и упростить документооборот, так как блокчейн удостоверяет подлинность данных, что в свою очередь снижает вероятность мошенничества.

Примеры успешного применения цифровизации в цепях поставок имеет ряд неоспоримых преимуществ, таких как снижение затрат – оптимизация процессов и более эффективное использование ресурсов позволяют значительно снизить затраты на логистические операции; прозрачность и достоверность данных – цифровые технологии, такие как блокчейн, обеспечивают надежность информации, что значительно снижает риск ошибок и мошенничества; эффективность – происходит автоматизация множества рутинных задач, позволяя сотрудникам сосредоточиться на более значимых аспектах бизнеса; гибкость и адаптивность к изменениям – системы, которые используют аналитические данные, позволяют быстрее реагировать на изменения рынка и адаптировать стратегии управления цепями поставок.

Подводя итоги, можно сказать, что использование цифровизации в управлении цепями поставок носит многогранный характер. Цифровые технологии существенно улучшают и ускоряют процессы, повышают их эффективность и прозрачность, позволяя сотрудникам компании обращать больше внимания на критически важные моменты. Были приведены и рассмотрены примеры использования цифровизации, такие как интернет вещей и блокчейн, которые демонстрируют реальные достижения в этой области. Важно отметить, что успешная цифровизация требует комплексного подхода, включая повышение квалификации сотрудников и обновление технологий. В будущем, с учетом глобальных трендов и растущей зависимости от технологий, можно ожидать дальнейшего развития цифровизации в логистике, что сделает цепи поставок более гибкими и устойчивыми к вызовам современности.

Список использованных источников:

1. Баркова Н. Ю. Цифровые технологии в управлении цепями поставок индустрии моды // Вестник ГУУ. 2019. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-v-upravlenii-tsepyami-postavok-industrii-mody (дата обращения: 05.05.2025).

2. Мелехова В. Д. Цифровая трансформация в управлении цепочкой поставок // Human Progress. 2019. №2. URL: https://cyberleninka .ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-v-upravlenii-tsepochkoy-postavok (дата обращения: 05.05.2025).

3. Официальный сайт компании «ENTERCHAIN» [Электронный ресурс] / режим доступа. – URL: https://www.enterchain.ru/experience/ upravlenie-tsepyami-postavok-scm/chto-takoe-scm/

4. Абрамов В. И., Файзуллина А. М. Интернет вещей в логистике: характеристики, преимущества, практики развития // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2024. №3 (50). URL: https://cyberleninka .ru/article/n/internet-veschey-v-logistike-harakteristiki-preimuschestva-praktiki-razvitiya (дата обращения: 05.05.2025).

5. Сергеев Виктор Иванович, Кокурин Дмитрий Иванович Применение инновационной технологии «блокчейн» в логистике и управлении цепями поставок // КЭ. 2018. №2. URL: https:// cyberleninka.ru/article/n/primenenie-innovatsionnoy-tehnologii-blokcheyn-v-logistike-i-upravlenii-tsepyami-postavok (дата обращения: 05.05.2025).

© Докукин И.С., 2025

УДК 338.48

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ГОРОДЕ НОРИЛЬСК

Домашевская В.Э.
Научный руководитель Носкова Е.М.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Заполярный государственный университет им. Н.М. Федоровского», Норильск

Город Норильск, являющийся административным центром Норильского промышленного района (далее НПР) и входящий в состав Арктической зоны Российской Федерации, представляет собой крупнейший промышленный центр с уникальными природными ресурсами, такими как никель и платина. Несмотря на суровые климатические условия и удалённость от основных экономических центров страны, Норильск обладает значительным потенциалом для развития туристической отрасли, обусловленным его природными особенностями, историей освоения региона и индустриальным наследием.

В настоящее время интерес к данному региону возрастает в контексте глобального внимания к освоению Арктических регионов, активного развития Северного морского пути как важного транспортного коридора и повышения экологической осведомлённости среди путешественников.

По данным рис. 1 с 2019 по 2023 год наблюдается тенденция к увеличению туристического потока в Норильск с 3,8 до 18,7 тысяч человек, что свидетельствует о растущем интересе к данному направлению [6].

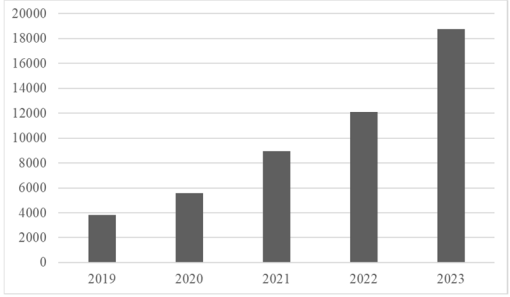


Рисунок 1 – Туристический поток, чел.

Основными видами развития туризма на территории являются [3]: событийный; промышленный; экологический; этнографический; экстремальный; культурно-познавательный.

Увеличение туристического потока за последние пять лет почти в пять раз сделало вопросы развития туристической отрасли в НПР актуальными. Географической особенностью туристической деятельности является агломерационное размещение НПР между Норильском и Дудинкой, причём в первую очередь учитываются производственные интересы системообразующего и градообразующего предприятия, что ограничивает туристические возможности территории. Для развития туризма необходимы инвестиции в гостиничные фонды, транспортную инфраструктуру и подвижной состав с учётом природных особенностей. Поэтому важно рассмотреть основных потенциальных инвесторов туристической отрасли Норильска. Рассмотрим основных агентов-интересантов развития туризма на территории НПР.

Администрация города Норильска. Была создана концепция муниципальной программы «Развитие туризма» на 2019-2025 годы, она представляет собой систему взглядов на развитие туризма на территории как механизма привлечения доходов в местный бюджет, повышения инвестиционной привлекательности территории, создания условий для развития социокультурной среды, воспитания патриотизма, созданию мотиваций и условий для здорового образа жизни [1].

В 2020 году по инициативе Администрации города Норильска для повышения информированности потенциальных туристов о туристско-рекреационных возможностях, событиях и туристических продуктах Норильска было создано муниципальное автономное учреждение «Центр развития туризма».

Объём финансирования из местного бюджета на развитие сферы туризма составил [6]: в 2023 году 25854,3 тыс. руб.; в 2024 году 24448,9 тыс. руб.; в 2025 году 22069,7 тыс. руб.

На текущий момент Администрация города Норильска выступает не только как модератор программ, но и в качестве инвестора в реализации

следующих проектов по развитию туризма [5]: строительство туристско-рекреационной зоны «Парк-Хараелах» (плановый объём инвестиций 88,4 миллионов рублей); туристский визит-центр (плановый объём инвестиций 112,0 миллионов рублей).

Автономная некоммерческая организация «Агентство развития Норильска». Агентство развития Норильска (АРН) активно участвует в реализации проектов, направленных на улучшение качества жизни в городе Норильске. Одним из ключевых направлений деятельности агентства является развитие туризма, что включает создание и продвижение туристско-рекреационного кластера (ТРК) «Арктический». Основная цель данного кластера заключается в расширении туристской инфраструктуры на территории Норильска и Таймырского Долгано-Ненецкого муниципального района, а также в стимулировании туристического потока. В том числе программа развития туризма, реализуемая АРН, предусматривает комплекс мероприятий, направленных на повышение качества и разнообразия туристических услуг, развитие профессионального сообщества в сфере туризма. В рамках данной программы планируется популяризация туризма в Норильске и Таймырском районе, разработка концепций новых туристических объектов и маршрутов. Кроме того, агентство организует и проводит экспедиции для сбора данных, оценки инфраструктуры и памятников, а также для определения перспектив дальнейшего развития туризма.

Агентство развития Норильска (АРН) совместно с Администрацией города Норильска выступают в качестве инвесторов проекта «Туристско-рекреационная зона в районе горы Шмидта». Общий объем запланированных инвестиций составляет 500 миллионов рублей [2].

Публичное акционерное общество «ГМК “Норильский никель”». Компания «Норникель» вносит вклад в развитие туризма в Норильске, в 2021 году она стала инвестором проекта «Затундра» на 20 млрд. рублей, который является частью ТРК «Арктический» (АРН). Проект предусматривает строительство туристической деревни «Бухта Канчуль» и восьми глэмпингов в районе озер Лама и Мелкое. Также за счет средств компании в 2023 году разрабатывалась проектно-сметная документация для строительства туристического визит-центра, который был указан раннее.

В частности, поддержка развития туризма, происходит через продвижение инициатив с сфере промышленного туризма, проводятся экскурсии на горнодобывающие предприятия Норильска.

Туроператоры территории. По состоянию на 01.05.2025 г. в Норильском промышленном районе зарегистрированы 23 действующие организации с деятельностью в сфере туризма (данные ФНС), из них 7 туроператоров, имеющих реестровый номер туроператора в Едином федеральном реестре туроператоров России, ориентированы на местный природный туризм, преимущественно на территории Путораны, это ООО

«Панарктик Стар»; ООО «Территория Путорана»; ООО «Путораны Тур»; ООО «ЛАМА ТУР»; ООО «Таймыр Трэвел»; ООО «Нимбус»; ООО «Путорана Глэмп». Туроператоры развивают сферу туризма тем, что предоставляют туристам турпродукты с различной продолжительностью: программы выходного дня, сплавы, пешие прогулки, пешеходные маршруты, рыбалку, снегоходные туры, аренду домиков отдыха, индивидуальные экскурсионные маршруты, туры на озерах Норило-Пясинской системы с вертолетной прогулкой к плато Путорана [4].

Стоимость туров в Норильске в 2025 году может варьироваться в зависимости от вида и продолжительности поездки на порядки. В среднем, начальная стоимость таких программ составляет 100 тысяч рублей за человека. Ценовая сегрегация оказывает ограничивающее воздействие на турпоток, отсекая массового туриста, что можно воспринимать как возможность развития, уменьшая или убирая это ограничение.

Для обеспечения развития туристической отрасли в НПР рассматриваются возможности государственно-частного партнёрства с публичным партнёром в лице губернатора Красноярского края, муниципально-частного партнёрства, как учтено в Комплексном плане социально-экономического развития муниципального образования город Норильск до 2035 года, и обеспечение государственной поддержки частного инвестирования. Использование сложного финансирования проектов туристической отрасли позволит уменьшить зависимость от корпоративного капитала системообразующего предприятия, которое в настоящий момент находится под санкциями США и европейских государств. И, таким образом, обойти финансовые ограничения экзогенного характера.

Несмотря на активное развитие туристической индустрии в Норильске, в данной сфере сохраняются инвестиционные возможности. К ним относятся: разработка новых туристических маршрутов, создание промышленных визит-центров, формирование новых туристических зон и объектов коллективного размещения. Также в туристической сфере Норильска можно выделить ряд проблем. Среди них: задержки в реализации туристических проектов, недостаток высококачественной туристической инфраструктуры, ограниченный ассортимент развлекательных услуг и высокая стоимость туристических услуг.

Город Норильск обладает значительным потенциалом для развития туристической отрасли, несмотря на сложные природные условия и сезонную географическую изоляцию. В последние годы наблюдается тенденция к увеличению туристической активности, обусловленная развитием арктических регионов и возрастающей популярностью туризма на их территории. Основными инвесторами становления туристической инфраструктуры становятся административные органы, крупные корпорации («Норникель») и общественные организации («Агентство

развития Норильска»). Их совместные усилия позволяют постепенно расширять предложение туристских услуг и привлекать инвестиции в регион.

Список использованных источников:

1. Администрация города Норильска: официальный сайт. – URL: https://норильск.рф/ (дата обращения 30.04.2025)

2. Агентство развития Норильска: официальный сайт. – URL: https://arnorilsk.ru/direction/razvitie-turizma (дата обращения: 30.04.2025)

3. Инвестиционный профиль муниципального образования город Норильск: презентация / АНО «Корпорация развития Енисейской Сибири». Красноярск, 2023. 27 слайдов. [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: https://xn--h1aecgfmj1g.xn--p1ai/investment_politics/files/investment_profile.pdf?ysclid=ma3nvwrc7j759836233 (дата обращения: 30.04.2025)

4. Итоги социально-экономического развития муниципального образования город Норильск за 2024 год, 2024: стат. сб. / Администрация города Норильска. – Н.: Администрация города Норильска, 2024. – 79 с. – Текст: электронный. – URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?url=ya-disk-public%3A%2F%2FG4w%2F5bi3KCiXTDA4QNSWYM3dQbB%2FiD7PhHRjR7LAP4vMom5MfTzAWRuYW1bzNvN4q%2FJ6bpmRyOJonT3VoXnDag%3D%3D&name=itog_12mes_2024.pdf&nosw=1 (дата обращения: 30.04.2025)

5. Реестр инвестиционных проектов, реализуемых (планируемых к реализации) на территории муниципального образования город Норильск: сайт / Администрация города Норильска. [Электронный ресурс] / Режим доступа.URL: https://норильск.рф/investment_politics/files/invest_projects.pdf (дата обращения: 30.04.2025)

6. Унифицированный туристский паспорт муниципального образования город Норильск, 2023: стат. сб. / Муниципальное автономное учреждение «Центр развития туризма» г. Норильска. – К.: Енисейская Сибирь Красноярский край – 69 с. – Текст: электронный. – URL: https://visitsiberia.info/assets/manager/g.norilsk.docx (дата обращения: 30.04.2025)

© Домашевская В.Э., 2025

УДК 338

АСПЕКТЫ СТРУКТУРЫ ЗАТРАТ ПО ЭНЕРГОПОТРЕБЛЕНИЮ НА ТЕКСТИЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

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

Анализ аспектов структуры энергопотребления на предприятиях текстильной промышленности актуален в связи с необходимостью оценок энергоемкости разных составляющих бизнес-процессов, в частности, для выявления тех технологических процессов, применительно к которым наиболее целесообразно разрабатывать и внедрять мероприятия по повышению их энергоэффективности.

Анализу уровня энергоемкости и энергоэффективности российской промышленности посвящены многочисленные публикации, в т.ч. исследователей [1-3]. Например, исследования, проведенные на предприятиях, включая и текстильные, показывают, что установление нормативных показателей качества первичного сырья способствует обеспечению нормативного расхода электроэнергии [4]. При этом внедрение на промышленном предприятии мероприятий по снижению энергоемкости продукции позволяет снизить потребление электроэнергии в среднем на 5%.

При реализации мероприятий по обеспечению нормативных параметров готовой продукции важную роль играет поддержание нормативной температуры и за счет этого можно сэкономить в среднем 2-4% электроэнергии [5].

В соответствии с исследованиями, на данный момент около 32-35% мировых энергоресурсов используется в сфере промышленности. При этом около половины этих ресурсов расходуется на обогрев. Значительная часть издержек предприятий легкой промышленности непосредственно связана с расходами на энергоресурсы. Зачастую подобного рода затраты на энергию становятся критическими для экономики предприятий текстильной промышленности. Особенно это актуально, когда речь заходит о малых и средних предприятиях, занимающих доминирующее положение в рассматриваемой отрасли экономики [6].

Исследования ряда авторов [7] показали, что общей сложности расходы на энергоресурсы составляют около 15-20% от себестоимости произведенной продукции, что оказывает влияние на стоимость готовых текстильных изделий и одежды.

Исследователями потребления энергии при производстве пряжи по кольцевому способу прядения было отмечено [8], что, с точки зрения

основных энергопотребляющих компонентов предприятий текстильной промышленности, 72% энергии потребляют станки (именно они являются ключевым потребителем энергоресурсов на производстве), 16% – системы кондиционирования воздуха. Эти данные не могут считаться универсальными, поскольку текстильные производства в значительной степени отличаются уровнем энергоэффективности и технологичности.

Затраты природного газа с целью отопления на текстильном производстве отличаются высокой сезонностью, поскольку в летние месяцы реализация дополнительных мер по отоплению не требуется [9].

Электроэнергия применяется на всех стадиях текстильного производства: вентиляция, работа оборудования, работа насосов, освещение и т.д. [10]. Преимущественно её применение сконцентрировано в трех основных компонентах; освещение, электродвигатели и электрическое отопление помещений. Таким образом, электроэнергия играет крайне значительную роль в функционировании предприятия текстильной промышленности, что, безусловно, находит свое отражение в конечной себестоимости производимой продукции. Данное обстоятельство обуславливает необходимость поиска мер по повышению энергоэффективности предприятий легкой промышленности.

В целом структура потребления электроэнергии на предприятии текстильной промышленности выглядит следующим образом [7]: кольцепрядильная машина – 28%; увлажнение воздуха – 19%; ткачество – 13%; подготовка к прядению – 13%; влажная обработка – 10%; прочее – 8%; подготовка к ткачеству – 5%; освещение – 4%.

Наряду с анализом структуры расходов электроэнергии на предприятии легкой промышленности, целесообразно исследовать аспекты структуры расходов тепловой энергии, поскольку данный вид энергии также оказывает значительное влияние на функционирование предприятий текстильной промышленности. В частности, по причине частой необходимости её применения на различных этапах производственной цепочки. Термальная энергия применяется на предприятиях текстильной промышленности для охлаждения или нагревания газов и жидкостей.

По мнению специалистов [7] структура потребления тепловой энергии на текстильном предприятии выглядит следующим образом: отбеливание и чистовая обработка – 35%; бойлеры – 25%; окраска – 15%; увлажнение воздуха – 15%; сеть распределения пара – 10%.

Предприятия текстильной промышленности располагают совокупностью производственных процессов или цехов со сложными технологическими переделами, например, включающими следующие производственные цепочки (в скобках приведены названия отдельных видов оборудования, применяемого по соответствующим цепочкам): прядение (трепальные, чесальные, сновальные, ленточные, прядильные машины); ткачество (ткацкие станки); вязание (вязальные машины);

обработка и крашение (красильно-промывные, отсадочные, лебедочные, ковочные, струйные красильные машины); отделка (стентеры, вальцевые станки, газоопаливающие, лакообливочные, печатные машины).

Каждое текстильное предприятие специализируется на выпуске определенных ассортиментов продукции и имеет специфику в части числа производств, масштабов деятельности, организационной структуры производства, наличия видов оборудования. При этом используются разные марки и типы оборудования, отличающиеся по техническим характеристикам, в частности, по количеству и мощности электродвигателей. При сравнении даже родственных предприятий отмечаются заметные расхождения в значениях их технико-экономических показателей, в разнообразии и объемах ресурсов, включая энергетические.

Применительно к действующим текстильным предприятиям следует разрабатывать мероприятия по сокращению затрат на энергопотребление на основе результатов исследования энергетической инфраструктуры, возможностей совершенствования технологических процессов и модернизации оборудования. Кроме того, можно рассмотреть вопросы экономии средств за счет энергосервисных контрактов на предприятиях текстильной промышленности, суть которых состоит в замене устаревшего оснащения за счет привлеченной энергосервисной фирмы [11].

Существует разнонаправленные внутренние и внешние проблемы предприятия, решение которых может способствовать уменьшению затрат на энергопотребление. В частности, это проблемы энергосбережения, обусловленные противоречием между желанием производителей энергоресурсов увеличивать энергопотребление на внутреннем рынке, что является для них экономически выгодным, и предприятиями, которые используют энергосберегающие технологии [12].

Актуально исследование способов и направлений повышения энергоэффективности применительно к условиям конкретных предприятий текстильной промышленности, что обусловлено тем, что они имеют свои технико-экономические особенности, относятся к числу крупных потребителей энергоресурсов, обладают энергоемкими производствами. При этом необходимо разрабатывать и внедрять современные альтернативные источники энергии, что позволит снижать себестоимость продукции и повышать её конкурентоспособность.

Список использованных источников:

1. Построение системы управления энергосбережением на предприятиях текстильной промышленности / И.Г. Лукманова, Р.С. Голов, В.В. Мыльник, В.Г. Смирнов // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2020. – № 1(385). – С. 119-124.

2. Теоретические основы построения системы управления энергосбережением на предприятиях текстильной промышленности / И.Г. Лукманова, Р.С. Голов, В.В. Мыльник, В.Г. Смирнов // Известия высших

учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2020. – № 1(385). – С. 114-119.

3. Лесс В.М., Любченко В.Я., Павлюченко Д.А. Анализ энергоэффективности энергетических объектов с применением методов ранжирования //Известия высших учебных заведений. Проблемы энергетики. – 2024. – Т. 25. – №. 5. – С. 42-58.

4. Рахмонов И.У., Нажимова А.М. Оценка влияния энергетических, технологических и эксплуатационных факторов на показатели удельного расхода // Научно-методический журнал "Проблемы науки", № 8 (67), 2021.[Электронный ресурс]. Режим доступа: https://scienceproblems.ru/

5. Рахмонов И.У., Зиявуддинов А.Ф. Исследование закономерности изменения параметров электропотребления промышленных предприятий // Научно-методический журнал «Проблемы современной науки и образования», 2021. № 9 (166). С. 17-20.

6. A Review on Energy Management in Textile Industry, Prakash Khude, Department of Textile Technology, Indian Institute of Technology, Delhi, India, Khude, Innov Ener Res 2017, 6:2, DOI: 10.4172/2576-1463.1000169.

7. Gunturu KPK, Kota KK, Sharma M. Energy Efficiency Improvement Opportunities in Indian Textile Industries. Textile & Leather Review. 2022; 5:296-326. https://doi.org/10.31881/TLR.2022.13

8. An Investigation on Energy Consumption in Yarn Production with Special Reference to Ring Spinning, Erdem Koç, Emel Kaplan Çukurova University, Textile Engineering Department, Adana, Turkiye. https://www.researchgate.net/publication/382182135

9. Environmental and Climate Technologies 2021, vol. 25, no. 1, pp. 331–342 https://doi.org/10.2478/rtuect-2021-0024, https://content.sciendo.com, Energy Efficiency Benchmark in Textile Manufacturing Companies, Linda Čerdancova, Kristiāna Dolge, Edgars Kudurs, Dagnija Blumberga, Institute of Energy Systems and Environment, Riga Technical University, Azenes iela 12/1, Riga, LV-1048, Latvia

10. Taikomieji tyrimai studijose ir praktikoje Applied Research in Studies and Practice, 2020, 16. © 2020 21, Energy efficiency in textile industry for small and medium-sized businesses. ISSN 2029-1280 / eISSN 2669-0071.

11. Нормативно-правовое обеспечение энергосервиса для предприятий текстильной промышленности / Ю.А. Дмитриев, А.Б. Петрухин, О.А. Полянская, Л.П. Васильева // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2021. – № 3(393). – С. 5-9.

12. Соколов, А.А. Проблемы реализации обеспечивающих факторов энергосбережения / А.А. Соколов, М.С. Иванкина // Российская наука: актуальные исследования и разработки : Сборник научных статей XI Всероссийской научно-практической конференции, Самара, 25 февраля

2021 года. Том Часть 2. – Самара: Самарский государственный экономический университет, 2021. – С. 128-131.

© Доронин А.В., Зотикова О.Н., 2025

УДК 334.716

УПРАВЛЕНЧЕСКО-ПРАВОВАЯ СРЕДА ВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Досмуратова Д.А.
Научный руководитель Ильин С.Ю.
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)», Москва

Ценность предпринимательского сектора заключается в его многосторонней миссии, охватывающей все сферы людской жизнедеятельности и все группы населения по дифференцированным классификационным признакам (половому, возрастному, этническому, религиозному и иным критериям, учитываемым при выборе целевого сегмента и целевых клиентов) [3, 4, 7, 10]. Кроме того, от него во многом зависит состояние общественного сектора, поскольку его субъекты являются производителями и продавцами, налогоплательщиками, работодателями, то есть выступают связующим звеном между государством и его гражданами и в большинстве странах вносят свой косвенный вклад в определение ими экономического курса и вектора национального экономического развития [1, 6, 9, 12]. Особая роль в данном секторе принадлежит юридическим лицам (организациям), которые, являясь первичным микроэкономическим звеном, за счет своего синергетизма (коллективизма) наиболее интенсивно мультиплицируют денежные притоки в государственную казну, а также обладающие сравнительно большим размером капитала (фактора воспроизводства, имеющего в настоящее время и на будущее равнозначную позицию вследствие тесной близости к интенсификации научных достижений, а именно к автоматизации бизнес-процессов) [2, 5, 8, 11]. Все это означает то, что субъекты предпринимательской деятельности, в частности, организации должны быть экономически устойчивыми и ключевая роль в ее достижении ими кроется в эффективном оперировании управленческо-правовой средой, так как в ней генерируются бизнес-идеи, создаются концепции, предназначенные для глубокого и всестороннего изучения требований рынка, запросов покупателей, и вырабатываются меры по защите от правовых рисков, крайне негативно сказывающихся на показателях финансового состояния, одного из базовых конкурентных преимуществ. К ее элементам автор относит две большие сферы практического аудита,

интегрированные по смежным учетно-аналитическим функциям, связанным с формированием и использованием объектов капитала (групп пассивов, получаемых при перегруппировке долгосрочных и краткосрочных активов), включенных в бухгалтерский баланс (исходную форму отчетности, в которой представлены факторные показатели участников предпринимательской деятельности, и фактически отражен их инвестиционный потенциал).

1. Аудит имущества. Проводится для проверки обоснованности показателей собственного капитала (уставного капитала, резервного капитала, добавочного капитала, нераспределенной прибыли и т.п.). При ее проведении аудитору следует удостовериться в правильности оформления первичных документов, регистров синтетического и аналитического учета в которых фиксируются операции по наличию, поступлению, выбытию объектов собственного капитала (источников собственных средств). Ему необходимо установить:

соблюдение сроков проведения инвентаризации источников собственных средств, предусмотренных учетной политикой;

факты проведения обязательной инвентаризации источников собственных средств в случаях, когда она предусмотрена действующими законодательными нормами;

правильность документального оформления результатов инвентаризации источников собственных средств, наличие подписей председателя и всех членов комиссии;

обоснованность отражения выявленных в ходе инвентаризации излишков и недостач источников собственных средств по группам причин отклонений фактических от учетных данных;

соблюдение нормативно-правовых требований по документальному отражению излишков и недостач источников собственных средств в результате инвентаризационной пересортицы.

Из источников собственных средств аудитор немалое внимание уделяет уставному капиталу (фундаментальному собственному источнику деятельности организаций).

2. Аудит обязательств. Проводится для проверки обоснованности показателей заемного капитала (заемных активов, относящихся к долгосрочным и краткосрочным обязательствам). При ее проведении аудитору следует удостовериться в правильности оформления первичных документов, регистров синтетического и аналитического учета, в которых фиксируются операции по наличию, поступлению, выбытию объектов заемного капитала (источников заемных средств). Ключевые источники заемных средств – кредиторская задолженность (сопоставляется с дебиторской задолженностью при определении операционного и финансового циклов), долгосрочные и краткосрочные кредиты, долгосрочные и краткосрочные займы.

По информации, полученной аудитором, от проверки показателей собственного и заемного капитала определяются показатели финансовой устойчивости организаций, идентифицирующие пропорциональность денежных фондов по группам и подгруппам, одно из условий успешного управления организациями. По некоторым из перечисленных показателей финансовой устойчивости они рассчитывают чувствительность прибыли к соотношению заемного и собственного капитала (эффект финансового рычага) и принимают меры по достижению нужных пропорций между собственным и заемным капиталом.

Сформулированные автором функции целиком раскрывают управленческо-правовую среду предпринимательской деятельности и служат для ее участников вектором и алгоритмом выполнения хозяйственных операций без юридических нарушений и несения юридической ответственности, способных привести к ее прекращению, что не может быть выгодным ни самим участникам, ни их клиентам, ни государству. Знания управленческо-правовой среды поможет участникам также в изыскании резервов оптимизации бизнес-процессов вследствие полноценной эффективности хозяйственных операций.

Проинтерпретированная в авторском исполнении управленческо-правовая среда носит современный характер, идентифицируясь своим содержанием с действующим хозяйственным механизмом, которому свойственны разнотипные бизнес-операции, требующие индивидуального подхода к решению вопросов по их осуществлению. Такой вариант ее понимания поспособствует тому, чтобы субъекты, занятые в предпринимательском секторе, заимели детальное и несомненное представление о принимаемых менеджерских решениях.

Список использованных источников:

1. Голубев С.С., Губин А.М., Романенко Н.Ю. Проектный анализ. – М., 2024. – 139 с.

2. Голубев С.С., Губин А.М., Иванус А.И., Романенко Н.Ю., Щербаков А.Г. Создание искусственного сознания в интересах управления инновационной экономикой // Инновации и инвестиции. – 2024. – № 3. – С. 13-17.

3. Зернова Л.Е., Михайлов Н.В. Факторы, влияющие на эффективность деятельности организации // Наука и инновации. – 2017. – С. 74.

4. Ильин С.Ю. Управление интенсивным использованием основных производственных фондов в сельскохозяйственном производстве (на материалах Удмуртской Республики): Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Ижевск, 2003. – 24 с.

5. Ильин С.Ю. Управление интенсивным использованием основных производственных фондов в сельскохозяйственном производстве (на

материалах Удмуртской Республики): Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Ижевск, 2003. – 185 с.

6. Ильин С.Ю. Основные производственные фонды в сельском хозяйстве. – Ижевск, 2005. – 101 с.

7. Ильин С.Ю. Анализ эффективности интенсификации использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве Удмуртской Республики // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 3. – С. 56-58.

8. Ильин С.Ю. Пути повышения эффективности использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве Удмуртии // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 5. – С. 42-44.

9. Ильин С.Ю. Основы аудита. – Ижевск, 2013. – 30 с.

10. Ильин С.Ю. Фондосберегающее направление эффективности использования производственных ресурсов в сельском хозяйстве региона // Вестник ИжГТУ имени М.Т. Калашникова. – 2013. – № 1 (57). – С. 66-68.

11. Ливадина С.П. Проблемы формирования учетной политики в современных условиях // Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы. – 2018. – С. 140-143.

12. Песчанникова А.Р., Оленева О.С. К вопросу определения принципов формирования экономической модели предприятия легкой промышленности // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – Т. 6. – № 3 (144). – С. 47-54.

© Досмуратова Д.А., 2025

УДК 005.591.6

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ САЛОНА КРАСОТЫ ЧЕРЕЗ АВТОМАТИЗАЦИЮ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА

Дугнист Ю.А., Криворотова Д.А.

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

В условиях стремительно развивающейся цифровой экономики особую важность приобретают своевременное внедрение и использование инструментов, позволяющих адаптироваться к запросам современного потребителя, которые выбирают компании, способные предложить уникальный опыт взаимодействия. Эффективное взаимоотношение с клиентами достигается посредством CRM-систем (с англ. customer relationship management – система управления взаимоотношениями с клиентами), основной функционал которых включает сбор и анализ данных

о потребителях, что в результате приводит к улучшению качества сервиса, а также повышению клиентской лояльности [1].

CRM совмещает системы сбора и хранения информации из всех возможных источников, а именно сайтов, email, данных анкет, клиентской базы [2]. Именно общая система хранения данных позволяет сохранять наиболее полную информацию о потребителях от простых контактов до процесса самой покупки услуги, а также его реакцию на неё. Такие возможности позволяют систематизировать и совершенствовать работу отдела продаж и маркетинга, а также технической поддержки. Существует множество CRM-сервисов, а также приложений, позволяющих работать с системой в удобном формате, но все они направлены на достижении ряда целей: автоматизация бизнес-процессов организации; поддержание актуальности базы данных внешних стейкхолдеров; повышение качества обслуживания за счёт персонализированного подхода к каждому клиенту; генерация отчетов и графиков, помогающих проанализировать деятельность компании за любой период; интеграция сотрудников разных подразделений, позволяющая обмениваться информацией и координировать работу [3].

Важно понимать, что без системы взаимоотношения с клиентами сервисные организации, такие как салоны красоты, могут на порядок отставать от своих конкурентов, и на это есть несколько причин. Во-первых, без развитой системы хранения данных о записях есть большая вероятность ошибок в ведении расписания, что снижает эффективность работы салона и ухудшает впечатление клиентов [4]. Один пропущенный или продублированный сеанс может испортить репутацию, которая выстраивается годами. Во-вторых, без CRM-системы информация о клиентах рассеяна по множеству каналов и зачастую утрачивается, что лишает салон возможности персонализировать подход к каждому гостю. Например, мастер не сможет вспомнить, какой оттенок краски или технику стрижки предпочитает клиент, а администратор – своевременно напомнить о повторном визите. Именно CRM может позволить сотрудникам использовать индивидуальные методы работы с потребителями. К тому же, при недостаточно эффективном взаимодействии с текущей клиентской базой, бизнес вынужден направлять дополнительные ресурсы на привлечение новых клиентов, что экономически менее выгодно, чем работа с существующими клиентами. Таким образом, внедрение CRM – это не просто удобство, а необходимость для салонов красоты, которые хотят удерживать клиентов и оставаться конкурентоспособными на рынке.

В индустрии красоты, где важна каждая деталь, организация записи клиентов играет ключевую роль [5]. Сегодня салоны стоят перед выбором: продолжать работать устаревшими методами с бумажными журналами или перейти на автоматизированные CRM-системы. Очевидно, что руководство многих салонов опасается стремительно развивающихся технологий.

Классический способ записи клиентов, основанный на использовании бумажных журналов или электронных таблиц (например, Microsoft Excel, Google Таблицы, Яндекс. Документы и др.), демонстрирует значительную операционную неэффективность в современных условиях сервисного обслуживания. Например, когда клиент обращается в салон для записи на услугу, администратор вынужден осуществлять ручной поиск доступных окошек, сопоставляя пожелания клиента с графиком работы специалистов. Данный процесс сопровождается существенными временными затратами, обусловленными необходимостью визуального анализа записей, многократного согласовывания альтернативных вариантов, ручного внесения данных в существующий учетный документ. Кроме того, бизнес-процесс требует дополнительных временных ресурсов на осуществление телефонных напоминаний клиентам, что увеличивает трудозатраты администраторов.

Для более наглядного понимания бизнес-процесса «Запись клиента на процедуру» без использования CRM-систем была разработана схема нотации eEPC (с англ. extended Event Driven Process Chain – модель событийной цепочки процесса), предназначенная для описания бизнес-процесса в виде потока последовательно выполняемых работ, которая представлена на рис. 1. Нотация eEPC – это графический стандарт моделирования бизнес-процессов, который позволяет наглядно описать последовательность действий, участников, события и логические связи между ними [6]. Наипростейшими элементами нотации являются прямоугольник, что означает действия, которые выполняются в рамках процесса, и шестиугольник – события, инициирующие или завершающие функции соответственно. Роли участников бизнес-процесса, в данной схеме «Администратор», указаны в овалах и демонстрируют ответственное лицо за выполнение соединенной функцией. Немаловажными для eEPC являются такие элементы как документ, который необходим для отображения носителей информации (бумажной или электронной) и программа (приложение), подразумевающая программное обеспечение, которое может быть использовано для выполнения функции [7].

Анализ представленной схемы позволяет выявить, что данный подход сопряжен с рядом существенных недостатков. Ключевой проблемой является подверженность системы человеческому фактору, что что проявляется в вероятности ошибок при обработке данных администраторами и возникновения организационных накладок, что несомненно вызовет недовольство клиентов. Вместе с этим руководители салона лишаются возможности получать достоверные аналитические данные относительно посещаемости и потребительских предпочтений. Следует отметить, что еще пять лет назад многие салоны могли позволить себе вести записи в бумажных журналах или простых электронных таблицах. Однако сегодня 78% клиентов выбирают салоны с возможностью

онлайн-записи [8], а 65% потребителей готовы платить больше за персонализированный сервис [9].

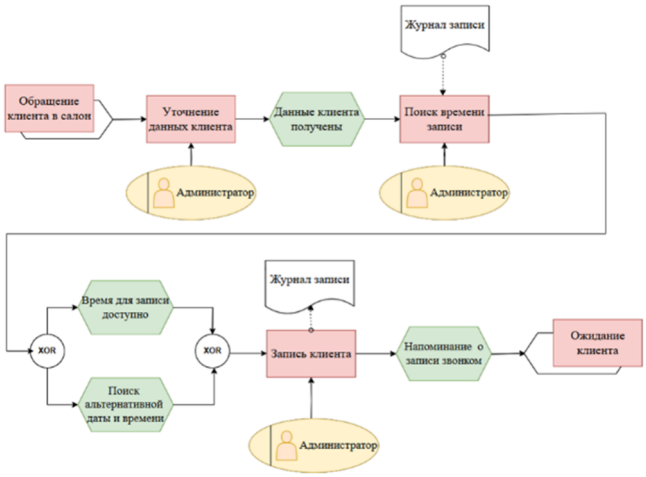


Рисунок 1 – Схема нотации ARIS eEPC «Запись клиента на процедуру» без использования CRM-систем

Применение специализированного программного обеспечения трансформирует операционную деятельность предприятия. Внедрение системы взаимодействия с клиентами упростит возможность персонализированного подхода к каждому гостю, что повысит уровень сервиса любого салона и укрепит клиентскую лояльность. На рис. 2 представлена схема нотации eEPC «Запись клиента на процедуру» с использованием CRM-систем, которая иллюстрирует принципиальные отличия в работе администратора при записи клиента на нужное время. Более того CRM позволяет записываться клиентам на услуги онлайн в любое время, без необходимости звонить или приходить лично. Автоматические напоминания о предстоящих записях помогут снизить количество пропусков, а индивидуальный подход, учитывающий предпочтения клиентов, сделает каждый визит в салон более приятным и комфортным.

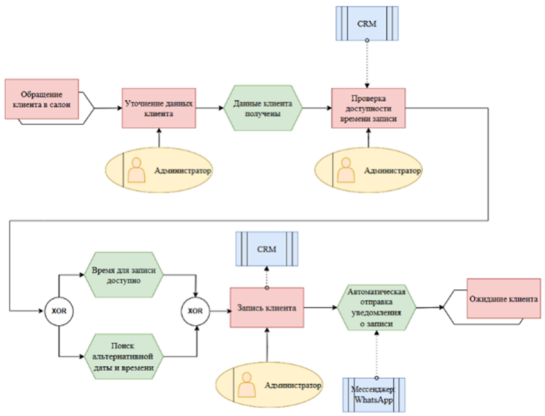


Рисунок 2 – Схема нотации ARIS eEPC «Запись клиента на процедуру» с использованием CRM-систем

Необходимо учитывать, что после фиксации записи система инициирует автоматизированную рассылку уведомлений через интегрированные коммуникационные каналы, а именно мессенджеры, SMS-оповещения или электронную почту [10]. Все операционные данные систематизируются в клиентской базе, включая: историю посещений, индивидуальные предпочтения и даже медицинские противопоказания, например, аллергические реакции на косметические компоненты, которые клиент озвучивает при первом посещении салона. Автоматизированные системы управления клиентскими отношениями обеспечивают совершенно иной уровень бизнес-процессов в индустрии красоты.

Среди наиболее популярных CRM-систем, подходящих для использования в салонах красоты, выделяют Битриск24, Арника, YCLIENTS и amoCRM, каждая из которых обладает преимуществами и недостатками. Некоторые салоны, например, «Brenda», предпочитают использовать комбинированные интеграции данных систем для реализации своих запросов, что обусловлено желанием получить синергетический эффект от совместного использования платформ, позволяющего нивелировать ограничения каждой системы в отдельности [11].

Таким образом, проведенный сравнительный анализ свидетельствует об острой необходимости внедрения CRM-систем в сервисных организациях, ведь это не просто техническое обновление, а мощный инструмент, позволяющий улучшать сервис выстраивать долгосрочные отношения с клиентами. В эпоху цифровизации такие решения перестали быть опцией, став необходимостью для любого салона, который стремится к лидерству на рынке.

Список использованных источников:

1. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019.

2. Т. А. Федотова, И. Ф. Чепурова, А. В. Гладышева, Л. А. Яковлева Система CRM в маркетинге отношений // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2019. – № 1(235).

3. Емельянов А. П. Внедрение CRM-системы в целях повышения эффективности бизнеса. - Инновации и информационные технологии в условиях цифровизации экономики: Сборник тезисов II международной научно-практической конференции. – Алчевск: Донбасский государственный технический университет, 2024.

4. Атабаева Э. Р., Моисеенко Н. А. Важные функции программного обеспечения CRM // Universum: технические науки. 2021. №11-1 (92). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vazhnye-funktsii-programmnogo-obespecheniya-crm (дата обращения: 03.05.2024).

5. YCLIENTS: Зачем использовать программы для управления салоном красоты и какие преимущества они приносят

6. Мурлин А.Г., Мурлина В.А., Ватаманов П.Ю. Разработка оптимальной информационной системы для автоматизации учета сервисов и оборудования корпоративных клиентов провайдера связи / Современные проблемы и пути их решения в науке, производстве и образовании. 2018. № 6. С. 13-16.

7. Минх В. Р. Моделирование бизнес-процессов складского учета по методологии ARIS в нотации EPC // Инновационная парадигма экономических механизмов хозяйствования: сборник научных трудов VIII международной научно-практической конференции, Симферополь, 16 мая 2023 года. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2023.

8. Statista. Market share of CRM technology vendor worldwide in 2024году [Электронный ресурс]. – URL: https://www.statista.com/statistics/1331191/crm-market-share-expertise/ (дата обращения: 01.05.2025).

9. McKinsey & Company. The value of getting personalization right – or wrong – is multiplying [Электронный ресурс] // McKinsey & Company: [сайт]. – 2023. – URL: https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying (дата обращения: 01.05.2025).

10. CRM системы для салона красоты: как выбрать и настроить [Электронный ресурс]. – URL: https://www.sberbank.ru/start/articles/salon/crm

11. Дугнист Ю.А. CRM-системы как инструмент управления поведением клиентов / Ю.А. Дугнист, Д.А. Криворотова // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2024) : Сборник по материалам Международной научной конференции молодых исследователей, часть 5, Москва, 14–20 декабря 2024 года. – Москва: Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2025. – С. 125-129.

© Дугнист Ю.А., Криворотова Д.А., 2025

УДК 51-77

РАЗРАБОТКА И ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ С УЧЕТОМ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ РАБОТНИКОВ ПО ТИПАМ МИРООЩУЩЕНИЯ

Дыкова К.А., Тарасова В.А., Гвоздкова И.А.

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

При разработке и принятии управленческих решений необходимо учитывать различные факторы, к которым относятся используемые

производственные технологии, социально-экономическая и общественно-политическая обстановка, уровень профессиональной компетентности и психологические особенности работников и т.д. Особенности социально-психологического климата в трудовых коллективах определяются множеством различных наследственных и ненаследственных факторов [1-8]. В зависимости от преобладающего типа мироощущения люди делятся на пессимистов, реалистов и оптимистов. К определенным типам мироощущения существует генетическая предрасположенность, но, как показали исследования психологов, ее можно скорректировать различными воздействиями окружающей среды [9].

Пессимисты склонны преувеличивать невзгоды и проблемы (нередко такой взгляд может быть вызван соответствующими объективными причинами), стараются избегать рискованных ситуаций и проявляют чрезмерную осторожность и критичность в разработке и принятии решений. Они недоверчивы, подозрительны, печальны, не склонны к неоправданным ожиданиям, часто страдают от навязчивых мыслей и идей. Пессимизм может проявляться в разной степени. При выраженном негативном состоянии возможны апатия, депрессия, резко отрицательное отношение к окружающей действительности. Плохое настроение, длительные стрессы и мрачные мысли сильно влияют на состояние здоровья пессимиста. Среди пессимистов много меланхоликов.

Реалисты не преувеличивают печалей, смотрят на жизнь уверенно, проявляют взвешенный подход при разработке и принятии решений, могут испытывать сложности в общении, редко впадают в уныние или в неуместный восторг. Они обладают умением трезво и рационально оценивать себя и окружающую среду, не склонны к рискам, рассудительны, спокойны, контролируют свои эмоции, способны отличать реальную действительность от надуманной и адекватно на нее реагировать, обладают развитыми навыками критического мышления, хорошо умеют управлять, анализировать и оценивать информацию, часто занимают лидирующие позиции, конкретны в своих целях, решениях и действиях, предпочитая действовать здесь и сейчас, чтобы получить удовлетворение от результата как можно быстрее. Реалистов сложно удивить или огорчить, и им не свойственно разочарование в людях и ситуациях, так как они не склонны очаровываться.

Оптимисты либо не замечают проблем, либо в каждой проблеме стараются видеть преимущественно положительные моменты. Они стремятся обратить любую ситуацию в свою пользу и знают, как правильно относиться к невзгодам. Но порой такой субъективный взгляд на происходящее приводит к печальным последствиям из-за чрезмерной самонадеянности и уверенности в том, что в любом случае можно добиться благоприятного исхода. Такие люди не всегда верно оценивают ситуации, не задумываются о неблагоприятных событиях и последствиях, имеют

склонность забывать о мерах предосторожности. Среди оптимистов часто встречаются люди, склонные к рискам, и у них чаще всего преобладает темперамент сангвиника. Они жизнерадостны, энергичны, приветливы, общительны, уверены в себе (но нередко чрезмерно), часто занимают руководящие должности, склонны к необдуманным обещаниям, испытывают трудности в критической оценке совместных идей и планов.

Для формулировки рекомендаций по разработке управленческих решений с учетом психологических особенностей работников могут быть использованы различные оптимизационные подходы, позволяющие проводить многофакторный анализ данных, полученных в результате социально-психологической диагностики персонала [2, 3, 6, 10].

Специальная методика, предложенная психологами [11], позволяет определить степень выраженности пессимистических, реалистических и оптимистических настроений у участников опроса, при проведении которого респондентам предлагаются 20 вопросов, на которые надо отвечать «Да» или «Нет». За ответы «Да» и «Нет» на определенные вопросы ставится по 1 баллу. Мироощущение человека оценивается после прохождения тестирования в баллах от 0 до 20 (пессимистичному взгляду соответствует оценка от 0 до 10, реалистичному – от 11 до 15, оптимистичному – от 16 до 20).

Целью данного исследования стало изучение особенностей статистического распределения людей разного возраста по типам мироощущения с помощью указанной методики и формулировка рекомендаций по разработке и принятию управленческих решений с учетом полученных результатов обследования. Для упрощения процедуры тестирования определение степени выраженности пессимизма, реализма и оптимизма было осуществлено с помощью сайта для создания тестов «Online Test Pad».

В исследовании, которое проводилось в марте-мае 2025 г., приняли участие вначале 100 человек, затем выборка была увеличена до 156 человек с целью повышения точности результатов социологического обследования. Самым старшим участникам опроса было 59 лет, самым младшим – 18 лет. На рис. 1 показаны результаты статистического распределения по степени выраженности пессимистических, реалистических и оптимистических настроений у участников опроса.

Как следует из данных, представленных на рис. 1, 28 (17,95%) человек среди обследованных оказались пессимистами, 95 (60,9%) человек – реалистами, а 33 (21,15%) респондента – оптимистами. Наиболее вероятное (13), медианное (13) и среднее (13,013) значения оценки мироощущения соответствуют реалистичному взгляду на происходящее вокруг.

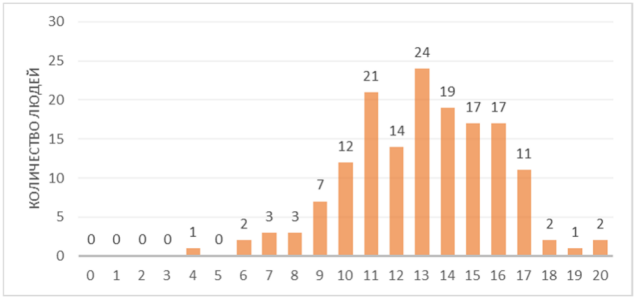


Рисунок 1 – Распределение по степени выраженности пессимизма, реализма, оптимизма. Источник: получено авторами.

Для оценки степени достоверности полученных результатов была использована формула теории вероятностей и математической статистики для стохастических экспериментов, осуществляемых по схеме Бернулли [7, 8, 12]: $\Delta = |p - p^*| = k(\beta)\sqrt{(p^*(1 - p^*)/n)}$, (1), $p^* = m/n$, где Δ – точность оценки удельного веса p представителей каждого из изучаемых типов мироощущения; p^* – точечная оценка p; m – количество респондентов, обладающих определенным типом мироощущения; n – общее число участников обследования; $k(\beta)$ – квантиль стандартного нормального распределения уровня доверия β, определяемый по таблицам для стандартного нормального распределения [12].

В табл. 1 представлены расчеты величины Δ для каждого из изучаемых типов мироощущения при уровне доверия полученным экспериментальным данным, составляющем 0,8 ($k(\beta) = 1,28$ для $\beta = 0,8$).

Таблица 1 – Результаты оценки степени достоверности распределения участников опроса по изучаемым типам мироощущения. Источник: получено авторами.

Тип мироощущения	Количество представителей, m	Удельный вес представителей, $p^* = m/n$	Точность, Δ	Относительная ошибка, $E=100\%\Delta/p^*$
Пессимисты	28	0,1795	0,039	21,9
Реалисты	95	0,609	0,05	8,2
Оптимисты	33	0,2115	0,042	19,8

Результаты проведенных исследований о преобладании среди опрошенных реалистичного типа мироощущения свидетельствуют о том, что в большинстве случаев при разработке и принятии управленческих решений преобладает подход, соответствующий объективной и прагматичной оценке ситуаций и проблем. В будущем планируется дополнить полученные результаты изучением гендерных, возрастных и временных аспектов степени выраженности пессимистичного, реалистичного и оптимистичного взглядов на окружающую действительность.

В теории игр и принятия решений разработаны различные критерии оценки альтернативных ситуаций, отличающиеся степенью осторожности, проявляемой лицом, принимающим решение (ЛПР): критерий Лапласа, критерий максимина/минимакса (пессимизма, или Вальда), критерий Сэвиджа, критерий Гурвица (оптимизма-пессимизма), критерий крайнего оптимизма (максимакса) [13]. Критерий Лапласа основан на принципе

недостаточного основания, согласно которому в условиях отсутствия информации о вероятностях реализации различных вариантов развития анализируемой ситуации (называемых состояниями природы) используется оптимистическое предположение о том, что указанные вероятности одинаковые и равны 1/n (n – общее количество возможных состояний природы). Критерий Вальда обычно используется пессимистично настроенными ЛПР и предполагает выбор наилучшей альтернативы из наихудших. Критерий Сэвиджа (минимаксного риска) представляет собой модификацию минимаксного подхода и также чаще всего используется пессимистами и близкими к ним реалистами. Критерий крайнего оптимизма предполагает выбор наилучшего решения из наилучших и в основном используется оптимистами, так как принятие решений в соответствии с таким критерием основано на склонности к рискам. Критерий Гурвица включает совокупность различных подходов к принятию решения от самого оптимистичного до наиболее пессимистичного.

С целью снижения возможных рисков при реализации решения рекомендуется проанализировать его эффективность с помощью всех перечисленных критериев, а затем отобрать в качестве наилучшего то, которое чаще других оказывалось оптимальным. Также можно присвоить различным критериям рейтинг значимости и с учетом него найти наиболее подходящий вариант решения.

Для оптимизации процессов разработки и принятия решений рекомендуется вначале выявить (например, с помощью предлагаемой тестовой методики) работников с разными типами мироощущения, а затем поручить им разработать и/или проанализировать альтернативные решения с учетом возможных рисков. Мнениям пессимистов, реалистов и оптимистов следует присвоить различный положительный рейтинг в зависимости от того, какой подход является наиболее предпочтительным для ЛПР в существующих условиях, определяемых различными объективными и субъективными факторами (например, если есть готовность рискнуть, то следует усилить мнение оптимистов и близких к ним реалистов; и, наоборот, если ставится цель не рисковать, надо увеличивать рейтинг мнения пессимистов и реалистов; в случае склонности к прагматичному подходу повышается рейтинг мнения реалистов). Для выбора оптимального решения целесообразно использовать один из математических методов многокритериальной оптимизации, одним из которых является метод анализа иерархий (МАИ) [3, 13, 14]. В табл. 2 представлен алгоритм выбора оптимального решения с учетом мнений пессимистов, реалистов и оптимистов по МАИ. Значения итоговых рейтинговых показателей решений V(k) находятся в диапазоне от 0 до 1, их сумма равна 1, а решение с наибольшим V(k) будет оптимальным.

Таблица 2 – Алгоритм средневзвешенной оценки альтернативных решений пессимистами, реалистами и оптимистами по методу анализа иерархий. Источник: разработано авторами.

Работник и тип его мироощущения	Рейтинг мнения, R(i)	Нормированный рейтинг мнения, $r(i) = \frac{R(i)}{\sum_{i=1}^{N} R(i)}$, N – количество работников, оценивающих решения	Оценка решений, $q(i,k) = \frac{Q\ (i,k)}{\sum_{k=1}^{n} Q\ (i,k)}$, Q(i, k) – оценка i-м работником k-го решения в положительных баллах			
			a1	a2	…	an
1. Пессимист	R(1)	r(1)	q(1, 1)	q(1, 2)	…	q(1, n)
2. Реалист	R(2)	r(2)	q(2, 1)	q(2, 2)	…	q(2, n)
3. Оптимист	R(3)	r(3)	q(3, 1)	q(3, 2)	…	q(3, n)
…	…	…	…	…	…	…
N. …	R(N)	r(N)	q(N, 1)	q(N, 2)	…	q(N, n)
Итоговый рейтинг решения $V(k) = \sum_{i=1}^{N} r(i)\ q(i,k)$	-	-	V(1)	V(2)	…	V(n)

Реализация метода анализа иерархий может быть осуществлена с помощью компьютерных программ, написанных на языке программирования VBA (Visual Basic for Application) для приложения MS Excel [2, 3, 13, 14].

Анализ устойчивости результатов средневзвешенной оценки возможных решений пессимистами, реалистами и оптимистами можно провести с помощью альтернативных вычислений со случайными вариациями рейтинга их мнений и оценок решений с использованием метода статистического моделирования (метода Монте-Карло) [3, 13].

Так как степень нестабильности окружающей обстановки может оказывать воздействие на распространенность пессимистических, реалистических и оптимистических подходов к разработке и принятию решений, целесообразно изучить влияние указанного фактора на распределение людей по рассмотренным типам мироощущения.

Список использованных источников:

1. Голдберг Э. Управляющий мозг: Лобные доли, лидерство и цивилизация. – М., 2003.

2. Гвоздкова И.А., Курочкин А.В., Марцваладзе Г.В. Компьютерно-математическое моделирование социально ориентированных кадровых решений // Труд и социальные отношения. – 2018. – № 6. – С. 28 – 44.

3. Гвоздкова И.А., Курочкин А.В. Компьютерные технологии и математические методы оптимизации кадровой политики : монография. – М.: ИИЦ «АТиСО», 2019.

4. Гвоздкова И.А., Яковенко Н.В., Сафонова И.В., Диденко О.В. Основы социальной экологии: учебное пособие. – Москва: КНОРУС, 2022. – 140 с.

5. Гвоздкова И.А. Экология человека : учебник. – Москва: КНОРУС, 2025. – 272 с.

6. Гвоздкова И.А. Многофакторное компьютерное моделирование поведения и управления в социальных группах // Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика. Материалы 1-й

Международной научно-практической конференции. Вып. 2. / Государственный университет управления. – М., 2017. – С. 176 – 181.

7. Крепкова М.А., Гвоздкова И.А., Троицкая А.В. Роль самооценки работников в повышении эффективности бизнес-процессов в организации // Инновационное развитие техники и технологий в промышленности. Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Часть 5. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А. Н. Косыгина», 2024. С. 88 – 93.

8. Хайытов Т.Я., Гвоздкова И.А. Роль темперамента работников в повышении эффективности бизнес-процессов в организации // Инновационное развитие техники и технологий в промышленности: сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Часть 3. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А. Н. Косыгина», 2025. С. 217 – 223.

9. Забровская А. Оптимизм, Пессимизм, Реализм. URL: https://help-point.net/articles/optimizm-pessimizm-realizm/?ysclid=m9mxfsdkx0654433208 (дата обращения 10.05.2025).

10. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. – М., 2002.

11. Оптимист/Пессимист/Реалист. URL: https://m.vk.com/wall-133747176_1873 (дата обращения 18.03.2025).

12. Гвоздкова И.А. Теория вероятностей и математическая статистика (с практикумом) : учебное пособие. – Москва : КноРус, 2023.

13. Гвоздкова И.А. Основы математического моделирования социально-экономических процессов + еПриложение: тесты: учебник. – Москва: КНОРУС, 2021. – 268 с.

14. Жуланова М.В., Гвоздкова И.А. Многофакторная оценка качества кожи методом анализа иерархий // Инновационное развитие техники и технологий в промышленности. Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Часть 2. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2024. – С. 28 – 33.

© Дыкова К.А., Тарасова В.А., Гвоздкова И.А., 2025

УДК 336.7

МОБИЛЬНЫЙ БАНКИНГИ ЭКОСИСТЕМЫ КАК ДРАЙВЕРЫ РОСТА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ

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

Цифровизация банковских услуг и развитие экосистем (Сбер, Т-Банк, ВТБ, Альфа-Банк) кардинально меняют возможности малого и среднего бизнеса в России. Мобильный банкинг упрощает финансовые операции, а экосистемы предлагают интегрированные решения для продаж, логистики и маркетинга. Однако остаются вопросы: насколько эти инструменты действительно способствуют росту малого и среднего предпринимательства, какие барьеры мешают их массовому внедрению и какова роль регуляторов в этом процессе. Малый и средний бизнес играет ключевую роль в экономике России, обеспечивая [1, 2, 3]: занятость населения – малый и средний бизнес создает около 20-25% рабочих мест в стране (по данным Росстата); ВВП и налоговые поступления – доля малого и среднего бизнеса в ВВП России составляет 20-22% (ниже, чем в ЕС и США, где достигает 50-60%); диверсификацию экономики – малый и средний бизнес снижает зависимость от сырьевого сектора, развивая торговлю, услуги, IT, производство; инновации и конкуренцию – малые и средние предприятия быстрее внедряют новые технологии и усиливают рыночную конкуренцию; социальную стабильность – поддержка предпринимательства помогает снизить уровень бедности и неравенства.

Банковский сектор критически важен для малого и среднего бизнеса, поскольку большинство малых и средних предприятий не имеют достаточного собственного капитала (табл. 1).

Таблица 1 – Основные формы зависимости малых и средних предприятий от банковского сектора

Форма зависимости	Роль для МСП	Проблемы и особенности
Кредитование	Основной источник финансирования для стартапов и расширения бизнеса.	- Высокие ставки (20–30%).- Жесткие требования к залогу. - Короткие сроки кредитования. Госпрограммы (6–8% через МСП Банк) помогают, но охват ограничен
Расчетно-кассовое обслуживание (РКО)	Без эквайринга, переводов и зарплатных проектов бизнес не может функционировать	- Высокие комиссии (особенно для ИП), что снижает рентабельность.
Лизинг и факторинг	Помогают в приобретении оборудования и управлении дебиторской задолженностью	- Лизинг позволяет избежать больших разовых затрат. - Факторинг улучшает cash-flow, но имеет высокие ставки.
Государственные гарантии и субсидии	Упрощают доступ к финансированию	- Часто распределяются через банки (например, программы Корпорации МСП). - Бюрократия и ограниченная доступность.
Цифровые банковские сервисы	Онлайн-банкинг, бухгалтерия, CRM-интеграции упрощают управление бизнесом	- Зависимость от надежности банка. - Риски кибератак и сбоев в работе сервисов.

Мобильный банкинг и банковские экосистемы стали ключевыми драйверами цифровизации малого и среднего бизнеса, сокращая издержки, ускоряя процессы и расширяя возможности для предпринимателей (табл. 2).

Таблица 2 – Влияние мобильного банкинга на малый и средний бизнес

Основные преимущества	Ограничения
Оперативность финансовых операций: мгновенные платежи, переводы, проверка баланса 24/7 (Пример: 40% малых предприятий в РФ используют мобильный банкинг для ежедневных расчетов (данные НАФИ, 2024)).	Цифровое неравенство: в малых городах и сельской местности ~30% предпринимателей не используют мобильный банкинг из-за низкой цифровой грамотности.
Снижение административной нагрузки: автоматизация налоговых платежей (интеграция с ФНС); упрощенный кассовый учет (мобильные POS-терминалы, эквайринг).	Риски кибермошенничества: В 2023 году 15% МСБ в РФ столкнулись с попытками хищения средств (данные ЦБ).
Доступ к финансированию: Онлайн-кредитование (микрозаймы, факторинг) (Пример: Тинькофф Бизнес выдает до 5 млн руб. за 15 минут по упрощенной заявке).	
Безопасность и контроль: Биометрическая аутентификация, push-уведомления о подозрительных операциях.	

Банковские экосистемы становятся ключевым инструментом для малых и средних предприятий, предлагая комплексные решения «под ключ»: финансы, логистику, маркетинг и бухгалтерию в едином пространстве. Например, СберБизнес объединяет CRM (СберКорус), доставку (СберЛогистика) и продвижение (СберМаркет). Такие платформы помогают бизнесу снижать затраты (например, Тинькофф.Касса с тарифом 0% на первые 3 месяца), увеличивать продажи за счет интеграции с маркетплейсами (Wildberries, Ozon) и упрощать документооборот (электронные подписи, облачное хранение в ВТБ.Офис).

Однако у экосистем есть и проблемы [4, 5, 6, 7]: закрытость и зависимость – перенос данных между системами (например, из Сбера в Тинькофф) затруднен; скрытые комиссии – некоторые сервисы дороже, чем у независимых провайдеров.

Количественные показатели влияния: рост числа малых и средних предприятий, использующих мобильный банкинг: +45% за 2020–2024 гг. (данные ЦБ РФ); сокращение затрат на бухгалтерию: до 30% у компаний, перешедших на экосистемные решения; увеличение выручки: бизнесы в экосистемах растут на 20–35% быстрее (Deloitte, 2023).

Перспективы развития: AI-ассистенты для автоматизации финансового планирования; интеграция с госуслугами (автоматическая подача отчетности в ФНС, ПФР); Open Banking – подключение сторонних финтех-решений.

Мобильный банкинг и экосистемы упрощают доступ к финансам и сервисам, снижают операционные издержки и ускоряют рост бизнеса, но остаются риски в виде цифрового неравенства (не все предприниматели готовы к цифровизации), зависимости от монополистов (Сбер, Тинькофф) и киберугроз.

Мобильный банкинг стал неотъемлемой частью финансовой жизни малого и среднего бизнеса, предлагая удобные, быстрые и безопасные решения (табл. 3). Однако важно учитывать зависимость от экосистем и искать баланс между удобством и гибкостью.

Таблица 3 – Ключевые функции мобильного банкинга для бизнеса

Функции	Описание
Платежи и переводы	Мгновенные платежи (по номеру телефона, QR-коду, реквизитам). Массовые выплаты (зарплаты, подрядчикам). Автоплатежи (аренда, налоги, коммунальные услуги). Эквайринг (прием оплаты через мобильный терминал).
Кредиты и финансирование	Онлайн-заявки на кредиты (решение за минуты). Овердрафт (гибкие лимиты для покрытия кассовых разрывов). Факторинг и гарантии (ускоренное оформление).
Финансовая аналитика	Контроль расходов (категории затрат, cash flow). Прогнозирование (AI-анализ доходов и расходов). Интеграция с бухгалтерией (1С, Контур.Эльба).
Безопасность	Биометрия (распознавание лица/отпечатка/голоса). Уведомления (при подозрительных операциях).

Рост цифровизации малого и среднего бизнеса (МСП) в России напрямую связан с развитием мобильного банкинга. Динамика подключений МСП к мобильному банкингу показывает следующие показатели: 2020 г.: ~40% МСП использовали мобильный банкинг; 2024 г.: 75-80% (прогноз – до 90% к 2026 г.); рост за 4 года: +35-40% (данные ЦБ РФ); 85% малых и средних предприятий заходят в приложение минимум 1 раз в день.

ТОП-3 операции: платежи и переводы (65%); проверка баланса (20%); подключение кредитов (15%).

Таким образом, мобильный банкинг стал обязательным элементом для малых и средних предприятий – без него бизнес теряет в скорости и деньгах.

Список использованных источников:

1. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. – Москва. – URL: http://ssl.rosstat.gov.ru

2. Цифровизация малого и среднего бизнеса в России: тенденции и перспективы // Аналитический центр НАФИ: – Москва, 2023. – URL: https://nafi.ru

3. Обзор рынка цифровых финансовых услуг для МСП // Банк России: – Москва, 2024. – URL: https://www.cbr.ru

4. Отчет о цифровых сервисах для МСБ // Сбербанк: – Москва, 2024. – URL: https://www.sberbank.com

5. Федеральный закон № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изменениями на 2024 год).

6. Стратегия развития цифровой экономики РФ до 2030 года (Утверждена распоряжением Правительства РФ № 1632-р от 28.07.2017).

7. Growth and resilience through ecosystem building / Tjark Freundt, Paul Jenkins, Tamás Kabay, Hamza Khan, Istvan Rab // McKinsey & Company. – 2023. – URL: https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/growth-and-resilience-through-ecosystem-building

© Дымовских Е.А., 2025

УДК 336.71

ВЛИЯНИЕ КРЕДИТОВАНИЯ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РОССИИ

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

Преимущества малого и среднего бизнеса заключается в гибкости и высокой адаптивной способности к изменениям рыночной конъюнктуры. Также малый и средний бизнес способствует оптимизации размещения трудовых и финансовых ресурсов с учетом территориального и отраслевого аспектов. Многочисленность малых фирм создает возможности для широкого развития конкуренции, в которой базовым ориентиром является экономическая эффективность.

Деятельность предприятий малого и среднего бизнеса (МСП) характеризуется тем, что для них, как правило, не требуется каких-либо больших вложений для становления и развития, однако в деятельности таких предприятий имеются этапы, в ходе которых функционирование без заемных средств не представляется возможным. По данным «ОПОРЫ России», 30% таких предприятий практически не имеют доступа к заемному финансированию, а для 44% привлечение кредитов сопряжено с большими сложностями.

Таким образом, кредитование для малого и среднего предпринимательства является обязательной частью ведения его деятельности. Основным субъектом кредитования выступают коммерческие банки [1, 2, 3].

Большинство современных банков – участников финансовой системы – являются фактически универсальными, но это не исключает их специализации на отдельных банковских продуктах, операциях или видах банковской деятельности. Банки в рамках финансовой системы выступают в качестве финансовых посредников, которые перераспределяют финансовые ресурсы и отличатся следующими критериями. В качестве финансовых посредников банки в рамках финансовой системы реализуют механизм двойного обмена долговыми обязательствами: банки предлагают банковские долговые обязательства, а накопленные на этой базе финансовые ресурсы инвестируют от своего имени в долговые обязательства, выпущенные другими. Механизм двойного обмена обязательствами является основным критерием отличия банков от таких участников финансовой системы как брокеры – дилеры, осуществляющие посредничество в финансовой системе, не прибегая к выпуску собственных

долговых обязательств. В основе деятельности банков лежит формирование ресурсов на базе высоколиквидных и фиксированных по суммам обязательств – депозитов, т.е. банки принимают безусловные обязательства с фиксированной суммой долга. Фиксированный по сумме долг традиционно характеризуются наибольшим риском для финансового посредника, так как он должен быть оплачен в полной сумме независимо от изменения стоимости активов банка. Банки характеризуются высоким уровнем «финансового рычага», так как являются депозитными финансовыми посредниками, что обуславливает значительную долю заемных средств в пассиве банка. Это делает необходимым функционирование системы надзора за банковской деятельностью.

Реализуя в рамках финансовой системы посредническую деятельность, банки выступают как посредники между заемщиком и кредитором, тем самым они обеспечивают кооперацию взаимодополняющих потребностей в сфере финансовых ресурсов экономических агентов. В этом выражается брокерская роль банков в финансовой системе [4].

Следующей важной ролью банков в финансовой системе является роль по качественной трансформации финансовых активов. Данная роль проявляется в том, что банк может изменять характеристики финансовых требований вкладчиков, предоставляя в рамках кредитных операций кредиты (за счет привлеченных средств), а кредиты имеют отличительные от депозитов характеристики [5].

Современное банковское кредитование МСП реализует следующие функции: стимулирующая функция – в процессе кредитования происходит получение банком процентного дохода от операций; перераспределительная функция – в процессе кредитования происходит удовлетворение временных потребностей в средствах одних МСП за счет временно свободных ресурсов других при посредничестве банка; социальная функция – в процессе кредитования происходит удовлетворение финансовых запросов МСП, тем самым обеспечиваются возможности роста качества жизни населения, снижение социальной напряженности; эмиссионная функция – в процессе кредитования происходит накопление кредитных средств обращения, а также временный процесс замещения наличных денег в национальном экономическом обороте; инвестиционная функция – в процессе кредитования происходит движение ссуженной стоимости на возвратных началах с функциональным назначением – инвестирование в МСП.

Особенность практики кредитования МСП заключается в многообразии представляемых банками форм и видов кредитов. Можно выделить такие формы как прямую, косвенную, налично-денежную, безналичную [6].

Видов банковских кредитов для МСП настолько много, что их классифицируют по целому ряду признаков: целевое назначение, обеспеченность, срок кредитования, методы погашения и взимания процентов, вид заемщика, срок рассмотрения кредитной заявки, размер ссуды, валюта кредитования, вид процентных ставок и др.

Особенности различных форм и видов банковских кредитов МСП, а также специфика отдельных банков обуславливают применение различных технологий организации процесса кредитования. Но, в качестве основных его этапов выделяют: рассмотрение заявления-анкеты на кредит и интервью с заемщиком; анализ кредитоспособности МСП; подготовка и заключение кредитного договора с МСП; выдача кредита МСП; контроль банка за использованием и погашением ссуды и выплатой процентов по ней МСП; полный возврат кредита.

Основные принципы кредитования МСП включают в себя: принцип сохранения самостоятельности МСП; принцип согласования хозяйственных рисков МСП с кредитной организацией; принцип транспарентности финансовой информации МСП. Первый принцип заключается в сохранении МСП полной юридической и хозяйственной самостоятельности, в то время как кредитные организации обеспечивают управленческие функции, необходимые предприятию для получения финансовых ресурсов (консультационных, информационных и др.). Вторым принципом предусмотрено стремление МСП сохранить доверие кредитных организаций и не ставить под угрозу ее финансовые интересы путем принятия несогласованных хозяйственных решений и рисков. Третий принцип заключается в доступности, достоверности и прозрачности производственно-финансовой деятельности, а также финансовой и управленческой отчетности МСП для кредитной организации.

Кредитным организациям в свою очередь при разработке программ кредитования малого и среднего бизнеса нужно руководствоваться следующими специфическими особенностями МСП: принципом инвестиционной безопасности кредитования; принципом клиентоориентированности при реализации кредитных продуктов и оказании услуг; принципом использования индивидуальных схем кредитования. Первый принцип подразумевает построение отношений кредитной организации с МСП на основе рентабельности инвестирования средств. Второй принцип заключается в стремлении кредитной организации при работе с МСП разрабатывать и реализовывать банковские продукты и услуги, способные максимально удовлетворить кредитные потребности и особенности функционирования МСП. Третий принцип заключается в необходимости соблюдения кредитной организацией в отношении МСП индивидуальных схем кредитования, которые соответствуют региональной, отраслевой и производственно-финансовой специфике бизнеса предприятия-заемщика.

Таким образом, можно сделать вывод, что система кредитования субъектов малого и среднего бизнеса – это специфическая часть кредитной системы, которая содержит такие элементы как принципы, методы и инструменты кредитования, планирования и контроля, а также свою кредитную инфраструктуру, способные в наибольшей степени удовлетворить потребности этих предприятий во внешних заимствованиях.

Существует достаточное количество банков, готовых сотрудничать с МСП, но очень мало специальных банков для обслуживания таких предприятий. Кредиты МСП сейчас предоставляют большинство банков, в том числе ПАО «Сбербанк», АО «Россельхозбанк», Банк ВТБ и др. С помощью выделения обслуживания предприятий МСП в виде отдельного направления кредитной политики произошло объединение в настоящий целевой сегмент, который позволил вести отношения на основе максимального учета взаимных интересов сторон.

Среди самых востребованных форм кредитования МСП можно выделить стартовый кредит или экспресс кредит (без залога); банковское кредитование на развитие бизнеса; кредиты на пополнение оборотных средств; кредиты на приобретение основных средств; овердрафт.

У большинства банков есть программы кредитования МСП, отличающиеся по сумме, стоимости и условиям получения.

Таким образом, большинство МСП нуждается именно в регулярных поступлениях денежных средств, а это способны решить долгосрочные кредитные линии. Банкам такая ситуация представляется весьма выгодной, однако кредитование небольших и по большей части новых компаний – мероприятие крайне рискованное, что заставляет банки покрывать свой риск повышенной ставкой процента или поручительством государственных структур.

Список использованных источников:

1. Виссарионова Т.А., Зернова Л.Е., Мишина Е.Ю. Проблемы финансирования малого и среднего бизнеса в России //Modern Science. - 2019.- № 12-1.- с. 21-25.

2. Рахманова С.К., Зернова Л.Е. Особенности кредитования предприятий малого бизнеса в коммерческих банках // Материалы Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Вектор-2018» - М.-2018- с. 71-74.

3. Зернова Л.Е. Современные банки: проблемы и пути совершенствования деятельности // Монография: М – 2022 – 256 с.

4. Зернова Л.Е. Направления взаимодействия предприятий малого бизнеса и коммерческих банков // Сборник научных трудов по материалам 2-го Круглого стола с международным участием «Актуальные проблемы экспертизы, технического регулирования и подтверждения соответствия продукции текстильной и легкой промышленности» - 2022. - с. 124-128.

5. Шестириченко С.О. Факторы, влияющие на кредитование предприятий малого и среднего бизнеса // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2022)» - 2022 - с. 161-165.

6. Зернова Л.Е. Кредитная политика как основной инструмент достижения стратегических целей коммерческого банка // Сборник научных трудов «Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы» - М.: РГУ им. А.Н. Косыгина – 2018 – с.71-75

© Дымовских Е.А., 2025

УДК 336.71

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО РОЗНИЧНОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Дьячков 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

За последние несколько лет банковская система претерпела значительные изменения. Новейшие технологии активно внедряются в банковскую сферу с целью улучшения ее функционирования. Однако для успешного применения этих технологий и обеспечения безопасности необходимо эффективное правовое регулирование [1, 2, 3, 4].

На данный момент в России отсутствует полноценная законодательная база, регулирующая сферу дистанционного банковского обслуживания. В основе регулирования правоотношений, касающихся реализации потребителям таких финансовых продуктов, как кредиты и вклады, лежат следующие нормативно-правовые акты: Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. N 395-1 «О банках и банковской деятельности»; Федеральный закон от 06.04.2011 г. № 63-ФЗ «Об электронной подписи»; Письма Банка России от 27.04.2007 № 60-Т «Об особенностях обслуживания кредитными организациями клиентов с использованием технологии дистанционного доступа к банковскому счету клиента (включая интернет-банкинг)»; Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»; Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)»; Федеральный закон от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях».

Регулирование процессов, связанных исключительно с дистанционным форматом взаимодействия с потребителями при оформлении займов и вкладов, в настоящее время в значительной степени реализовано в форме мягкого права – в виде рекомендательных писем Банка России, в том числе совместных с другими федеральными органами исполнительной власти, и отдельных методических рекомендаций: информационное письмо Банка России от 27.08.2020 № ИН-015-59/127 «О рекомендациях в отношении дистанционных способов взаимодействия с клиентами»; информационное письмо от 06.09.2021 Банка России № ИН-06-59/70, ФАС России № АК/75514/21 «О согласии на получение рекламы»; информационное письмо от 10.02.2023 Банка России № ИН-03-59/10, ФАС России № АК/9430/23 «О раскрытии параметров финансовых продуктов на сайтах»; информационное письмо Банка России от 11.05.2021 № ИН-01-59/30 «О размещении сведений о комбинированных финансовых продуктах на официальных сайтах кредитных организаций в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и мобильных приложениях кредитных организаций».

Безопасность − ключевой вопрос, который всегда волнует многих пользователей интернет-банкинга [5, 6, 7, 8]. В современных реалиях, когда цифровые системы банков и банковский сектор в целом стали особенно уязвимы, кредитные организации должны уделять данной проблеме повышенное внимание, в частности, таким аспектам, как процесс подтверждения пользователем выполненных операций.

Одной из основных и наиболее значимых проблем в сфере дистанционного банковского обслуживания продолжает оставаться киберпреступность. Эту проблему осложняет тот факт, что защитные механизмы и методы противодействия не могут действовать с упреждением, так как их модернизация и актуализация проходят по мере обнаружения новых способов совершения киберпреступлений.

Статистика показывает, что общий объем операций без согласия клиентов в 2023 году вырос на 5% по сравнению с 2022 годом на фоне активного развития новых дистанционных платежных сервисов и роста объема денежных переводов.

В соответствии с Законом РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», кредитная организация как субъект профессиональной предпринимательской деятельности в области проведения операций по счетам клиентов, должна нести ответственность в виде возмещения убытков, причиненных неправомерным списанием принадлежащих клиенту денежных средств, как за ненадлежащим образом оказанную услугу, то есть положения нормативно-правового акта защищают права клиента при неправомерном списании денежных средств.

Федеральными законами обеспечивается правовая защита персональных данных в банковской сфере. К таким относятся Федеральный

закон «О персональных данных», а также Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». В них уточняется, какие меры следует принимать или обеспечивать их принятие оператором с целью защиты персональных данных от неправомерного или случайного доступа к ним. Данный закон также играет не малую роль в регулировании дистанционного банковского обслуживания, поскольку он регулирует обработку персональных данных при использовании средств автоматизации, а также в информационных сетях.

Неопределенность в распределении ответственности между банком и клиентом приводит к разнородной судебной практике. На данный момент можно сделать вывод, что взыскать финансовые средства за операции, совершенные без согласия клиентов, возможно при наличии вины банка в следующих случаях: недостаточная защита счетов со стороны банка; отсутствие уведомления клиента о списании средств; наличие информации о краже денег или карты, но проведение операции; пропуск признаков сомнительной операции; другие ошибки, допустившие неправомерные действия.

На данный момент в России не имеется специального законодательства для регулирования данных технологий, что в свою очередь является одним из препятствий на пути развития этой отрасли. Однако в последнее время российское законодательство начинает активно подходить к регулированию данного вопроса.

Для обеспечения доверия клиентов к предоставляемым цифровым сервисам необходимо прорабатывать реализацию комплекса правовых мер, а также информационных мероприятий по повышению финансовой грамотности населения.

В первую очередь, это широкая социальная реклама, максимально охватывающая потребителей банковских услуг, а также формирование подходов к развитию страхования рисков и потерь денежных средств клиентов банка.

Немаловажным остается вопрос о разграничении ответственности между банком и клиентом в случае неправомерного списания денежных средств. Следует также отметить, что в дальнейшем кредитные организации будут наращивать темпы цифровизации, особенно если речь идет про обслуживание клиентов, что приведет к усугублению ситуации в сфере дистанционного банковского обслуживания без надлежащего правового регулирования.

Список использованных источников:

1. Вильская Е.С., О некоторых аспектах правового регулирования дистанционного банковского обслуживания // Юридическая наука. 2020. - №5. – С. 72-77;

2. Емелин А.В., Перов Б.Г. Правовые проблемы идентификации при дистанционном финансовом обслуживании физических лиц // Финансовый журнал, 2020. Т. 12. №5, С. 59-74;

3. Лавелина В.С. , Проблемы правового регулирования онлайн-банкинга // Власть Закона. – 2023. – № 1(53). – С. 257– 267;

4. Шувалов П.С., Развитие правового механизма дистанционного банковского обслуживания в условиях цифровизации // Юридическая наука. 2023. - №4. – С. 187-191.

5. Швецова Е.Э. Преимущества и недостатки дистанционного банковского обслуживания // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Инновационное развитие техники и технологий в промышленности». - 2023.- с. 226-230.

6. Швецова Е.Э. Формы дистанционных банковских услуг // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2023)» - 2023 – с. 175-178

7. Зернова Л.Е. Совершенствование организации обслуживания клиентов-физических лиц с использованием банковских карт и дистанционных технологий // Сборник научных трудов по итогам проведения круглого стола «Тенденции и тренды в сфере бизнес-аналитики» - 2022. – с.. 50-56.

8. Ломов А.П., Зернова Л.Е. Организация информационной безопасности биометрических данных клиентов банковской системы // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2022)» - 2022 – с.117-123

© Дьячков С.А., 2025

УДК 336.71

ДЕПОЗИТНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ РОЗНИЧНЫХ КЛИЕНТОВ БАНКА И ЕГО КЛАССИФИКАЦИЯ

Дьячков С.А., Зернова Л.Е.

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

В банковской практике депозитные услуги принято рассматривать как пассивную сторону (привлечение денежных средств клиентов во вклады), так и активную (размещение средств банка во вкладах в других банках) [1, 2, 3]. Так, например, в «Большом экономическом словаре» А.Б. Борисова

говорится, что «Депозитные операции – это операции банков и других кредитных учреждений по привлечению денежных средств во вклады и их размещению». Пассивные операции коммерческого банка характеризуют источники средств и природу связей банка. Именно они в значительной степени предопределяют условия, формы и направления использования банковских ресурсов, то есть состав и структуру активных операций [4, 5, 6].

Текущие счета открываются физическим лицам для совершения расчетных операций, не связанных с предпринимательской деятельностью или частной практикой. Расчетные счета открываются юридическим лицам, не являющимся кредитными организациями, а также индивидуальным предпринимателям или физическим лицам, занимающимся в установленном законодательством Российской Федерации порядке частной практикой, для совершения расчетов. Расчетные счета открываются представительствам кредитных организаций, а также некоммерческим организациям для совершения расчетов, связанных с достижением целей, для которых некоммерческие организации созданы. Счета по вкладам (депозитам) открываются физическим и юридическим лицам для учета денежных средств, размещаемых в кредитных организациях (филиалах) с целью получения доходов в виде процентов, начисляемых на сумму размещенных денежных средств.

Для открытия физическому лицу – гражданину Российской Федерации счета по вкладу обычно в банк представляются: документ, удостоверяющий личность физического лица; свидетельство о постановке на учет в налоговом органе (при наличии). Если договором банковского вклада предусмотрена возможность осуществления расчетов с использованием счета по вкладу, представляется карточка. Одновременно представляются документы, подтверждающие полномочия лиц, указанных в карточке, на распоряжение денежными средствами, находящимися на счете (если такие полномочия передаются третьим лицам). В случае если договором предусмотрено удостоверение прав распоряжения денежными средствами, находящимися на счете, третьими лицами с использованием аналога собственноручной подписи, представляются документы, подтверждающие полномочия лиц, наделенных правом использовать аналог собственноручной подписи.

Для открытия юридическому лицу, созданному в соответствии с законодательством Российской Федерации, счета по депозиту в банк представляются: а) свидетельство о государственной регистрации юридического лица; б) учредительные документы юридического лица; в) выданные юридическому лицу лицензии (разрешения), если данные лицензии (разрешения) имеют непосредственное отношение к правоспособности клиента заключать договор, на основании которого открывается счет; г) карточка (за исключением предусмотренных

законодательством случаев); д) документы, подтверждающие полномочия лиц, указанных в карточке, на распоряжение денежными средствами, находящимися на счете, а в случае, когда договором предусмотрено удостоверение прав распоряжения денежными средствами, находящимися на счете, с использованием аналога собственноручной подписи, документы, подтверждающие полномочия лиц, наделенных правом использовать аналог собственноручной подписи; е) документы, подтверждающие полномочия единоличного исполнительного органа юридического лица; ж) свидетельство о постановке на учет в налоговом органе либо документ, выдаваемый налоговым органом в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, в целях открытия счета.

Депозитные операции – понятие широкое, поскольку к ним относится вся деятельность банка, связанная с привлечением средств во вклады. Особенностью этой группы пассивных операций является то, что банк имеет сравнительно слабый контроль над объемом таких операций, так как инициатива в помещении средств во вклады исходит от вкладчиков. При этом, как показывает практика, вкладчика интересуют не только выплаченные банком проценты, но и надежность сохранения доверенных банку средств.

Современная банковская практика характеризуется большим разнообразием вкладов (депозитов) и депозитных счетов. Депозитные счета могут быть самыми разнообразными и в основу их классификации положены такие критерии, как источники вкладов, их целевое назначение, степень доходности, однако наиболее часто в качестве критерия выступает категория вкладчика и формы изъятия вклада.

Рассмотрим основные признаки, по которым классифицируются депозитные операции банков.

1. По категориям вкладчиков: депозиты юридических лиц (предприятий, организаций, других банков); депозиты физических лиц.

2. По срокам депозиты принято делить на две группы: депозиты до востребования; срочные депозиты (с их разновидностями – депозитными и сберегательными сертификатами). Депозиты до востребования включают средства на текущих, расчетных, бюджетных и прочих счетах, связанных с совершением расчетов или целевым использованием, средства на корреспондентских счетах других банков (Лоро), а также вклады физических и юридических лиц. Банк за хранение средств на счетах до востребования уплачивает невысокие процентные ставки, либо вообще не платит. Средства с депозитов до востребования могут быть изъяты, переведены на счет другого лица без каких-либо ограничений (полностью или частично), в любое время без предварительного уведомления, по первому требованию их владельцев. Следовательно, депозиты до востребования обладают высокой степенью ликвидности для своих владельцев. Вклады до востребования характеризуются нестабильностью,

поскольку клиент может в любой момент изъять вклад из банка. А это, в свою очередь, ограничивает сферу использования счетов до востребования кредитными организациями. Кроме того, это служит причиной того, что по депозитам до востребования банки выплачивают низкие проценты, либо процент вообще не выплачивается. В условиях возросшей конкуренции по привлечению вкладов коммерческие банки стремятся привлечь клиентов и стимулировать прирост вкладов до востребования путем предоставления дополнительных услуг владельцам счетов, а также повышая качество их обслуживания.

Таким образом, преимуществом депозитных счетов до востребования для их владельцев является их высокая ликвидность, а основными недостатками - уплата низких процентов для владельца счета, для кредитной же организации недостаток заключается в необходимости поддержания иметь более высокого уровня оперативных резервов для поддержания собственной ликвидности. В связи с высокой мобильностью средств остаток на счетах до востребования не постоянен, иногда крайне изменчив. Однако, невзирая на высокую подвижность средств на счетах до востребования, имеется возможность определить их минимальный, не снижающийся остаток и использовать его в качестве стабильного кредитного ресурса. Поскольку вклады до востребования являются наиболее дешевым ресурсом для банков, и расходы на обслуживание расчетных и текущих счетов клиентов являются минимальными, то с помощью этих депозитов кредитные организации могут решать свою основную задачу – получение прибыли.

У большинства коммерческих банков депозиты до востребования занимают наибольший удельный вес в структуре привлеченных средств. Увеличение доли депозитов до востребования в банковских ресурсах способствуют снижению процентных расходов и получению более высокой прибыли от использования этих средств в активных операциях. В то же время, именно расчетные и текущие счета клиентов являются наиболее неустойчивым компонентом пассивов. Поэтому, если их доля в обязательствах банков высока, то это отрицательно сказывается на ликвидности банка. В связи этим важной задачей управления является определение оптимальной структуры депозитной базы банка.

На втором месте по значимости для банков выступают срочные депозиты, поскольку они обладают стабильностью, что позволяет банку использовать такие средства в течение длительного времени. Срочные депозиты – это денежные средства, внесенные в банк на определенный фиксированный срок. Таким образом, срочные депозиты не используются для осуществления текущих платежей. Срочные банковские депозиты подразделяются на: с предварительным уведомлением об изъятии средств (обычно клиент за некоторое время до окончания срока должен подать

заявку на изъятие средств); вклады, зарезервированные на определенный срок.

Достоинством срочных депозитов счетов для банковских клиентов является получение относительно высоких процентов по вкладам, а для банка - возможность поддержания ликвидности с меньшим оперативным резервом. Однако срочные депозитные счета имеют и свои недостатки, которые для клиентов связаны с отсутствием возможности полного или частичного изъятия средств со своих счетов, т.е. эти счета обладают для клиентов низкой ликвидностью. Для банка недостаток кроется в необходимости выплаты достаточно высоких, по сравнению с депозитами до востребования, процентов по срочным вкладам и снижении, таким образом, маржи. Размер вознаграждения, выплачиваемый клиенту по срочному вкладу, зависит от следующих условий: срока, суммы вклада и выполнения вкладчиком условий депозитного договора. Чем длительнее сроки и больше сумма вклада, тем больше размер вознаграждения (процент). Такая детальная градация стимулирует вкладчиков к рациональной организации собственных средств и их помещению во вклады, а также создает банкам условия для управления своей ликвидностью.

Наиболее типичная форма срочных вкладов частных лиц - сберегательные вклады, средства с которых могут быть сняты с определенными ограничениями, например с предварительным уведомлением. Вклады с предварительным уведомлением об изъятии средств означают, что примерно за 3 месяца (или иной срок, установленный договором) до изъятия вклада вкладчик обязан уведомить банк. В зависимости от срока уведомления определяется и процентная ставка по вкладам. Для изменения суммы вклада (ее уменьшения или увеличения) вкладчик может расторгнуть действующий договор, изъять и переоформить свой вклад на новых условиях, если депозитным договором не предусмотрено иное. При этом необходимо знать, что при досрочном изъятии средств с вклада могут потеряться проценты либо частично, либо полностью. Как правило, при досрочном изъятии средств со срочных вкладов проценты выплачиваются по низкой ставке, как по вкладам до востребования.

Одним из основных факторов, влияющих на установление ставки по вкладам, является срок размещения средств, причем связь прямая – чем длиннее срок, тем выше процентная ставка. Важным моментом является и частота выплаты дохода: чем реже выплаты, тем выше уровень процентной ставки. Используются также различные способы начисления процентов. Однако на данный момент некоторые банки идут навстречу своим клиентам и предлагают им гибкую систему тарифов, в соответствии с которой, по некоторым срочным вкладам разрешаются расходные операции до суммы неснижаемого остатка, ежемесячно выплачиваются проценты (в том числе

возможна капитализация), а также разрешаются дополнительные взносы, что укрепляет доверие со стороны вкладчиков.

Подводя итог, можно сделать вывод, что депозиты среди привлеченных средств банка являются наиболее важным источником ресурсов. Однако депозитам как источнику формирования банковских ресурсов присущи и определенные недостатки. Прежде всего, привлечение депозитов влечет значительные материальные и денежные затраты банка при привлечении средств во вклады. Кроме того, свободные денежные средства в пределах отдельной территории (региона) являются ограниченными: нельзя привлечь больше средств, чем есть у населения и предприятий в пределах города или области, где функционирует банк. И, тем не менее, конкурентная борьба между банками на рынке кредитных ресурсов заставляет их принимать меры по развитию услуг, способствующих привлечению депозитов предприятий и вкладов граждан.

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.

© Дьячков С.А., Зернова Л.Е., 2025

Авторский указатель

А

Аббясова К.Ш., 4
Аверьянова А.С., 7
Айдинова И.А., 11
Алексеева Н.А., 15, 151
Алтынцев А.В., 15
Алькина Д.М., 21
Андросова И.В., 50
Андрушко А.М., 23
Антонова Ю.В., 26
Апаршева В.В., 32
Арапко А.М., 90
Арзамасцева А.А., 35, 39
Арситова У.Д., 42
Арцытов Н.А., 47
Атамуратова Я.С., 50
Афанасьева А.А., 55
Ахлестин М.А., 59

Б

Багаутдинова А.И., 64
Баллод А.К., 66
Баяндинова А.К., 69
Безматерных А.О., 166
Белугина В.В., 74, 78
Белякова Ю.А., 84
Бердникова П.М., 87
Бескостова П.Р., 90
Бикбулатова В.Э., 93
Богаткина Д.А., 97
Богданова Е.М., 102
Бодрова А.В., 106
Болотина М.А., 42
Бондарева В.Г., 111
Борисов Ю.Д., 115, 118
Боркова К.А., 121
Будяк Ю.Д., 127
Бурденко Е.В., 127
Буторина Л.Р., 132
Бычковская Г.Е., 137

В

Вагнер Э.С., 141
Варнавкин В.В., 147
Васильев А.Д., 151
Васильева Т.С., 162
Вдовина В.А., 155
Веряева М.А., 158
Винихина А.С., 162
Витюгова А.Д., 166
Волков А.С., 169
Воронцова А.А., 173

Г

Гандембул А.И., 176
Гареева Д.Р., 180, 183
Гарипов Д.Р., 183
Гвоздкова И.А., 245
Гетман П.М., 84
Глушкова Е.В., 187
Гольман В.А., 191
Гордиенко А.Н., 195
Григорьева А.Ю., 201
Гришанина О.М., 204

Д

Давлетшин И.И., 207
Даниелян Э.И., 211
Дегтярев С.В., 217
Джавадов Т.А., 106
Докукин И.С., 221, 225
Домашевская В.Э., 228
Доронин А.В., 233
Досмуратова Д.А., 237
Дугнист Ю.А., 240
Дыкова К.А., 245
Дымовских Е.А., 252, 255
Дьячков С.А., 259, 262

Е

Ефимов М.А., 84

З

Зернова Л.Е., 118, 262
Зотикова О.Н., 233

И

Ильина С.И., 204

К

Квач Н.М., 26
Киршина Н.П., 132
Котова Е.П., 59
Криворотова Д.А., 169, 240

Л

Лапшина И.М., 32

М

Муравьева Н.А., 173

Н

Наширванова Я.Ф., 187
Низамов А.А., 155

П

Павлович В.О., 102
Политова Р.В., 66
Прошина А.Д., 106
Пузикова Т.А., 11

Р

Растатуева У.И., 59
Рафиков Р.И., 180, 183

С

Страчкова Е.Г., 11

Т

Тарасова В.А., 245
Тарута С.В., 141
Трехлебова Е.Г., 59
Тхориков Б.А., 69

Ш

Шмелева Е.А., 64

Научное издание

«Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития»
(Вектор-2025)
Сборник материалов
Часть 1

В авторской редакции
Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.
Все материалы отображают персональную позицию авторов.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов

Усл.печ.л.____Тираж 30 экз. Заказ № 203-Н/25

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